

# **Plan de Empresa**

## **Connect-T**

### **Grado en Gestión Deportiva**

### **Trabajo Fin de Grado (TFG)**

FACULTAD CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y EL  
DEPORTE



Realizado por: Carlos Henrique Ribeiro Da Rocha y Manuel Guevara Salazar

Grupo: M41

Año Académico: 2023-2024

Profesor/a: Silvio Addolorato

**RESUMEN DEL PLAN DE EMPRESA**

Connect-T es una plataforma innovadora en el sector del fitness digital, diseñada para conectar a entusiastas del ejercicio y profesionales del bienestar en un entorno colaborativo y educativo. Diferenciándose claramente de otras ofertas del mercado, Connect-T no solo se centra en el ejercicio físico, sino que integra servicios de nutrición, fisioterapia y psicología, ofreciendo una solución holística al bienestar.

Nuestra estrategia de diferenciación se basa en proporcionar una experiencia de usuario altamente personalizada y adaptada a las necesidades específicas de cada cliente, lo que nos permite destacarnos en un mercado saturado de soluciones genéricas. La plataforma apoya el desarrollo de los profesionales del fitness, permitiéndoles expandir su alcance y mejorar sus habilidades comerciales a través de nuestra red.

Los clientes de Connect-T abarcan desde principiantes en el mundo del fitness hasta profesionales y educadores que buscan formar y ampliar sus conocimientos. Este enfoque integral asegura que cada segmento de cliente encuentre valor y apoyo continuo, fomentando una comunidad activa y comprometida.

Connect-T no solo se presenta como una plataforma para el ejercicio, sino como un ecosistema completo para el aprendizaje y la mejora del bienestar personal y profesional, estableciendo nuevos estándares en la industria del fitness y ofreciendo una propuesta única que responde a las necesidades actuales del mercado.

Palabras clave: Holístico, Personalización, Educación, Bienestar, Comunidad, Fitness, Innovación, Interconexión.

**EXECUTIVE ABSTRACT**

Connect-T is an innovative platform in the digital fitness sector, designed to connect exercise enthusiasts and wellness professionals in a collaborative and educational environment. Distinctly differentiating itself from other market offerings, Connect-T does not solely focus on physical exercise but integrates services in nutrition, physiotherapy, and psychology, providing a holistic solution to well-being.

Our differentiation strategy is based on delivering a highly personalized user experience, tailored to the specific needs of each client, allowing us to stand out in a market saturated with generic solutions. The platform supports the development of fitness professionals, enabling them to expand their reach and enhance their business skills through our network.

Connect-T's clientele ranges from beginners in the world of fitness to professionals and educators looking to train and broaden their knowledge. This comprehensive approach ensures that each client segment finds value and continuous support, fostering an active and committed community.

Connect-T presents itself not just as a platform for exercise, but as a complete ecosystem for learning and improving personal and professional well-being, setting new standards in the fitness industry and offering a unique proposition that meets the current needs of the market.

**Key Words:** Holistic, Personalization, Education, Well-being, Community, Fitness, Innovation, Interconnection.



**Índice**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. INTRODUCCIÓN</b>                                       | <b>7</b>  |
| <b>2. DEFINICIÓN E IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO</b>           | <b>9</b>  |
| 2.1 Business Model Canvas de Connect-T                       | 9         |
| 2.2 La idea de negocio                                       | 11        |
| 2.3 Misión, Visión y Valores                                 | 12        |
| 2.3.1 Misión de Connect-T:                                   | 12        |
| 2.3.2 Visión de Connect-T:                                   | 12        |
| 2.3.3 Valores de Connect-T:                                  | 13        |
| 2.4 Descripción general de las líneas generales              | 13        |
| 2.5 El emprendedor   | 13        |
| <b>3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO</b>                               | <b>14</b> |
| 3.1 Cadena de valor, 7s de McKinsey: Análisis interno        | 14        |
| 3.1.1 Cadena de Valor  | 14        |
| 3.1.2 7s de McKinsey   | 16        |
| 3.2 Análisis externo   | 17        |
| 3.2.1 Análisis de la competencia:                            | 17        |
| 3.2.2 Análisis de la demanda                                 | 19        |
| 3.2.3 PEST   | 20        |
| 3.2.4 DAFO 2.2.5 CAME  | 22        |
| 3.2.6 Objetivos  | 23        |
| <b>4. PLAN DE MARKETING</b>                                  | <b>24</b> |
| 4.1 Decisiones en relación al producto.                      | 24        |
| 4.2 Decisiones en relación al precio.                        | 27        |
| 4.3 Decisiones en torno a la distribución.                   | 29        |
| 4.4 Decisiones en torno a la comunicación.                   | 30        |
| <b>5. PLAN DE OPERACIONES/GESTIÓN</b>                        | <b>32</b> |
| 5.1 Descripción del lugar virtual                            | 32        |
| 5.2 Necesidades de recursos materiales iniciales             | 33        |
| 5.3 Descripción de los procesos clave                        | 33        |
| 5.4 Proveedores iniciales y habituales                       | 36        |
| <b>6. PLAN RECURSOS HUMANOS</b>                              | <b>37</b> |
| 6.1 Organigrama  | 37        |
| 6.2 Descripción de las funciones                             | 37        |
| 6.3 Reclutamiento y selección de trabajadores.               | 38        |
| 6.4 Tipos de contrato a realizar y política salarial.        | 39        |
| 6.5 Funciones o procesos externalizados a terceras empresas. | 39        |

|  |           |
|--|-----------|
| 6.6 Costes salariales  | 40        |
| <b>7. PLAN JURÍDICO</b>  | <b>40</b> |
| 7.1 Modalidad jurídica   | 40        |
| 7.2 Requisitos legales   | 41        |
| 7.3 Trámites   | 42        |
| <b>8. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO Y VIABILIDAD</b>                 | <b>43</b> |
| 8.1 Necesidades de inversión inicial.                            | 43        |
| 8.2 Proyección de la cuenta de resultados.                       | 44        |
| 8.3 Valoración del Proyecto                                      | 48        |
| 8.4 Balance de situación   | 49        |
| 8.5 Análisis de hipótesis  | 50        |
| <b>9. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA</b>                     | <b>51</b> |
| <b>10. CRONOGRAMA (T0-START)</b>                                 | <b>52</b> |
| <b>11. CONCLUSIONES</b>  | <b>53</b> |
| <b>12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>                            | <b>54</b> |
| 12.1 Webgrafía   | 55        |
| <b>13. ANEXOS</b>  | <b>58</b> |
| 13.1 Anexo I Logo de Connect-T                                   | 61        |
| 13.2 Anexo II Habilidades y áreas de mejora de los emprendedores | 62        |
| 13.3 Anexo III TAM SAM SOM                                       | 63        |
| 13.4 Anexo IV Tarifas de Connect-T                               | 63        |
| 13.5 Anexo V Pilares de Connect-T                                | 64        |
| 13.6 Anexo VI Buyer persona                                      | 65        |
| 13.7 Anexo VI Mockup de interfaz de Connect-T                    | 67        |
| 13.8 Anexo VIII Organigrama Connect-T                            | 69        |
| 13.9 Anexo IX Salarios Brutos                                    | 70        |
| 13.10 Anexo X: Análisis de tráfico de empresas parecidas.        | 71        |
| 13.11 Anexo XI: Ingresos del año 1 en diferentes escenarios.     | 71        |

## Índice de figuras

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| Figura 1: Business model canvas | 9  |
| Figura 2. Cadena de Valor       | 13 |
| Figura 3: DAFO                  | 21 |
| Figura 4: CAME                  | 21 |
| Figura 5: Mapa de procesos      | 33 |

|   |    |
|---|----|
| Figura 6: Diagrama de flujo de la interacción entre clientes y profesionales. | 34 |
| Figura A.1.1 Logo de connect-T  | 59 |
| Figura A.3.1 TAM SAM SOM de Connect-T   | 61 |
| Figura A.4.1 Diferentes planes de Connect-T                                   | 62 |
| Figura A.5.1: Pilares fundamentales de Connect-T                              | 63 |
| Figura A.6.1: Buyer Persona “Cliente practicante”                             | 64 |
| Figura A.6.2: Buyer persona “Cliente profesional”                             | 65 |
| Figura A.6.3: Buyer persona “Cliente educador”                                | 66 |
| Figura A.7.1 Mockup de Landing page   | 66 |
| Figura A.7.2 Mockup de la aplicación móvil de Connect-T                       | 67 |
| Figura A.7.3 Mockup de la plataforma Web de Connect-T                         | 68 |
| Figura A.8.1 Organigrama de la empresa Connect-T                              | 68 |
| Figura A.10.1 Captura de pantalla del análisis de tráfico web.                | 70 |

## Índice de tablas

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1: Tabla de benchmarking  | 23 |
| Tabla 2: Ficha de procesos para la conexión con el profesional              | 39 |
| Tabla 3: Explicación del indicador “Tasa de conexiones exitosas”            | 40 |
| Tabla 4: Resumen del préstamo para Connect-T                                | 48 |
| Tabla 5: Cálculo de tráfico para Connect-T                                  | 49 |
| Tabla 6: Cálculo de usuarios de Connect-T                                   | 50 |
| Tabla 7: Ingresos y gastos de Connect-T                                     | 51 |
| Tabla 8: Ingresos y gastos del primer año                                   | 51 |
| Tabla 9: Usuarios de Connect-T en Barcelona, Valencia y Sevilla             | 52 |
| Tabla 10: Ingresos de Connect-T en Barcelona, Valencia y Sevilla            | 52 |
| Tabla 11: Crecimiento de ingresos y gastos                                  | 53 |
| Tabla 12: Inversión de Connect-T  | 53 |
| Tabla 13: Cuenta de resultados provisionales de los próximos 5 años         | 54 |
| Tabla 14: Valoración del proyecto   | 54 |
| Tabla 15: Balance del año 1 de Connect-T                                    | 55 |
| Tabla 16: Cronograma TO-START de Connect-T                                  | 57 |
| Tabla A.2.1 Habilidades y las áreas de mejora de ambos emprendedores.       |    |
| Tabla A.9.1 Cálculo de salarios brutos y seguridad social en el corto plazo | 74 |
| Tabla A.9.2 Cálculo de salarios brutos y seguridad social en el medio plazo | 75 |
| Tabla A.11.1 Ingresos del año 1 en el escenario optimista                   | 76 |
| Tabla A.11.2 Ingresos del año 1 en el escenario pesimista                   | 76 |

## 1. INTRODUCCIÓN

En la sociedad actual, la importancia del entrenamiento físico y el bienestar general ha cobrado un nuevo significado, destacando el papel crucial que desempeña el fitness en la mejora de la calidad de vida de las personas. Realizar esta práctica de forma regular trae varios beneficios para la salud, tales como cardiovasculares, musculoesqueléticos, entre otros. Además, el ejercicio regular no solo contribuye a una mejor salud física, sino que también tiene efectos positivos en la salud mental (Warburton et al., 2006).

En el contexto actual, caracterizado por la omnipresencia de Internet y la digitalización de numerosos aspectos de nuestra vida cotidiana, la promoción y comunicación de servicios han experimentado una transformación radical. Sectores enteros han migrado hacia el entorno digital. (Medina et al., 2022).

A pesar de la creciente demanda de servicios relacionados con el bienestar y el ejercicio, la falta de una plataforma de interconexión dedicada exclusivamente a los profesionales del fitness subraya una desconexión notable entre las necesidades de los usuarios y las oportunidades disponibles para los entrenadores personales. (Torrente, 2020). Esta ausencia de espacios virtuales específicos para el sector del fitness no solo limita las opciones de aquellos que buscan mejorar su condición física mediante la guía de expertos, sino que también restringe la capacidad de los profesionales del área para destacarse y expandir su presencia en el mercado digital. (Pérez, 2023)

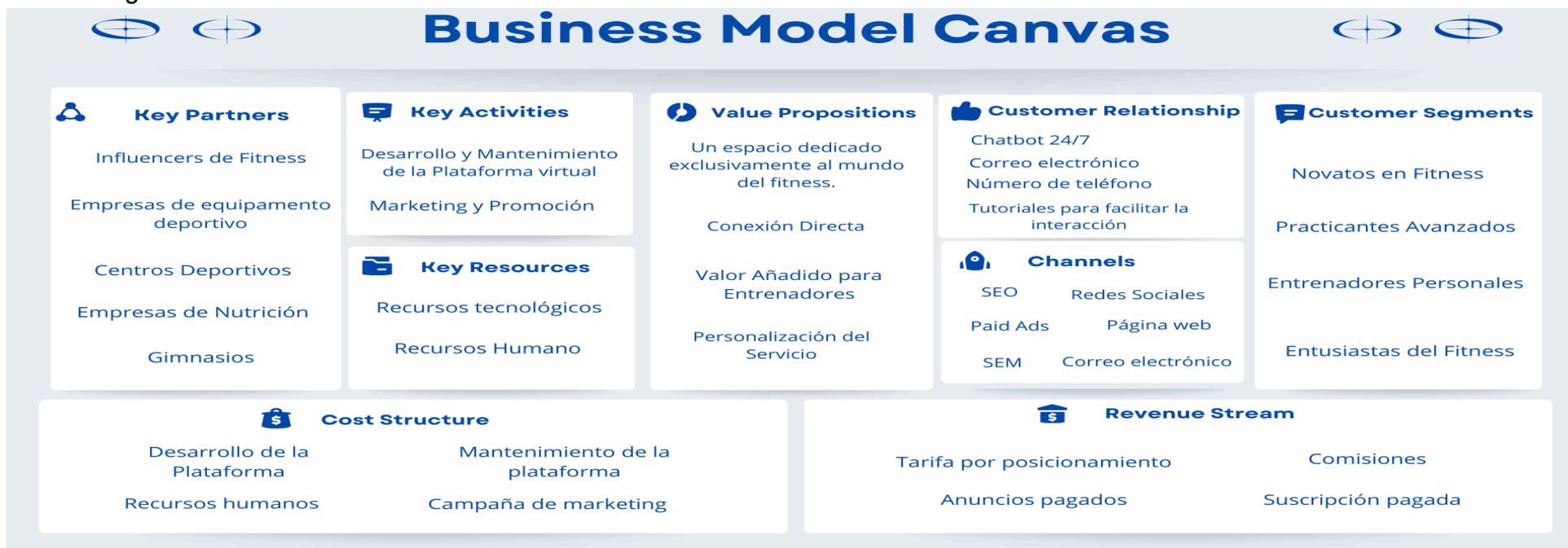
Por otro lado, es importante mencionar que uno de los factores más importantes para la práctica de actividad física es la motivación, ya que para muchos este puede ser una gran limitante, un estudio realizado en 2018 sobre *“Cómo las intervenciones aumentan la motivación para realizar actividad física”* concluyó que si las

intervenciones son “cara a cara” y son realizadas como partes de clases de ejercicios, estas incrementan en la intención, la etapa de cambio y la motivación autónoma. (Knittle et al., 2018).

La emergencia de este escenario plantea una oportunidad única para redefinir la interacción entre los profesionales del fitness y su audiencia, mediante la creación de un ecosistema digital que no solo responda a las expectativas actuales de consumo de servicios en línea, sino que también eleve la visibilidad de estos especialistas. Este enfoque innovador no solo armonizará con la tendencia global de digitalización, sino que también reconoce la importancia fundamental de las interacciones personales "cara a cara" para la motivación en el ejercicio (Ball et al., 2014). Por ello, además de establecer un ambiente digital que facilite la conexión entre entrenadores y clientes, nuestra iniciativa busca promover una conexión física entre ambas partes. Esta dualidad de enfoques asegura que, mientras se aprovechan las ventajas de la tecnología para mejorar la accesibilidad y la eficiencia, se mantiene y se potencia el valor incalculable de las relaciones humanas directas.

## 2. DEFINICIÓN E IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

2.1 Figura 1: Business Model Canvas de Connect-T



Fuente: Elaboración Propia

Carlos Henrique Ribeiro Da Rocha y Manuel Guevara Salazar

## 2.2 La idea de negocio

Connect-T (La T es una abreviación de “Trainers”) surge como una respuesta innovadora a las amplias posibilidades de desarrollo en el sector fitness que aún no han sido completamente aprovechadas. Esta plataforma se concibe específicamente para facilitar una conexión más efectiva entre profesionales del entrenamiento personal y clientes potenciales en busca de mejorar su bienestar físico. Inspirada en la experiencia personal de enfrentar retos al ofrecer servicios de entrenamiento, Connect-T identifica la oportunidad de enriquecer el mercado fitness, proveyendo un espacio dedicado que trascienda las ofertas generales de plataformas de servicios existentes.

Este proyecto adquiere particular importancia en una era donde la conciencia sobre la salud y el ejercicio físico se ha intensificado, especialmente en el contexto post pandemia del COVID-19, que ha subrayado la importancia de adoptar estilos de vida más saludables (Said et al, 2020). A pesar del creciente deseo de muchas personas por mejorar su condición física, se encuentran obstáculos como la falta de motivación o el desconocimiento sobre cómo comenzar este cambio vital. (Cortés et al., 2017)

Connect-T se establece como una comunidad vibrante y accesible que promueve el encuentro entre individuos decididos a transformar su estilo de vida y profesionales del fitness preparados para brindar su apoyo y conocimiento. Más que una simple plataforma de conexión, Connect-T se diseña como un ecosistema de motivación, aprendizaje y transformación holística, destinado a fomentar mejoras físicas notables y adoptar hábitos de vida saludables.

Adicionalmente, Connect-T expande su alcance más allá del ámbito del entrenamiento físico, adoptando un enfoque holístico hacia el bienestar completo.

Con la comprensión de que la salud y el fitness son conceptos compuestos por múltiples dimensiones, nuestra plataforma integra servicios en Nutrición, Fisioterapia y Psicología. Este enfoque integral garantiza que los usuarios no solo mejoren su condición física, sino que también se beneficien de una dieta equilibrada, mantengan su bienestar mental y gestionen adecuadamente la recuperación de lesiones, favoreciendo un ciclo virtuoso de salud.

El componente de Educación de Connect-T constituye otro aspecto esencial de nuestra oferta. En esta sección, ofrecemos una conexión con expertos en diferentes campos del fitness y la salud. Estas oportunidades educativas están pensadas para quienes aspiran a profesionalizarse en la industria, ampliando sus conocimientos y competencias para asistir a otros en la consecución de sus metas de bienestar.

## **2.3 Misión, Visión y Valores**

### **2.3.1 Misión de Connect-T:**

Facilitar el acceso al entrenamiento fitness, promoviendo la salud física y el bienestar a través de una plataforma que conecta a individuos motivados con profesionales expertos en actividad física, creando una comunidad en la que juntos puedan alcanzar sus metas de forma colaborativa.

### **2.3.2 Visión de Connect-T:**

Convertirnos en la plataforma líder a nivel nacional (España) que inspira y facilita el cambio positivo en la vida de millones de personas, al proporcionar un espacio virtual donde la comunidad de entusiastas del fitness y profesionales comprometidos se conectan, colaboran y comparten conocimientos para alcanzar metas de salud y bienestar.

### **2.3.3 Valores de Connect-T:**

Comprometernos firmemente con la salud, promoviendo la adopción de hábitos saludables a través de nuestra plataforma. Valoramos la colaboración y construimos una comunidad sólida donde la diversidad enriquece las experiencias compartidas. Impulsados por la innovación constante, empoderamos a cada individuo brindándoles las herramientas necesarias para tomar decisiones informadas sobre su bienestar. Nuestro enfoque ético guía cada interacción, asegurando transparencia y respeto. Nos destacamos por ser líderes, siendo ágiles y resilientes, adaptándonos continuamente para ofrecer soluciones de bienestar de vanguardia y construir un movimiento hacia un futuro más saludable y consciente.

### **2.4 Descripción general de las líneas generales**

Connect-T se distingue por su compromiso con una plataforma digital interactiva que prioriza la experiencia del usuario. A través de perfiles personalizados, mensajería directa, programación de sesiones y seguimiento del progreso, la plataforma facilita la conexión entre usuarios y profesionales, promoviendo relaciones efectivas y personalizadas. Con un enfoque en la motivación y educación, se ofrecen funciones que inspiran metas personalizadas, desafíos comunitarios y recursos educativos, creando un entorno donde la comunidad participativa se apoya mutuamente. Además, el modelo de negocio sostenible, la adopción de tecnologías emergentes, estrategias de marketing eficaces y un compromiso social sólido consolidan a Connect-T como una plataforma integral y vanguardista en el espacio del bienestar digital, priorizando la seguridad y el impacto positivo en la comunidad.

### **2.5 El emprendedor**

#### **Habilidades de Carlos:**

1. Experiencia como Entrenador de Fútbol, 2. Conexiones en la Comunidad Deportiva y 3. Pasión y Motivación

#### **Habilidades de Manuel:**

Carlos Henrique Ribeiro Da Rocha y Manuel Guevara Salazar

1. Experiencia como Entrenador de Tenis y Nutricionista, 2. Conocimientos en Nutrición y 3. Enfoque Holístico

**Fortalezas Combinadas:**

1. Complementariedad, 2. Red de Contactos y 3. Pasión Compartida

**Áreas de Mejora:**

1. Conocimientos en Informática y Software, 2. Capacitación Continua

En el Anexo II se puede ver la información detallada.

**3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO**

**3.1 Cadena de valor, 7s de McKinsey: Análisis interno**

**3.1.1 Cadena de Valor**

Figura 2. Cadena de Valor



Fuente: Elaboración Propia

**Eslabones de Apoyo**

- Dirección General: Desarrollo de la visión, misión y estrategias de largo plazo de Connect-T.

Investigación y Desarrollo Tecnológico: Exploración de nuevas tecnologías para mejorar la funcionalidad de la plataforma. Desarrollo de características innovadoras que mejoren la experiencia del usuario.

Formación y Desarrollo del Equipo: Capacitación continua del equipo en aspectos técnicos, deportivos y de servicio al cliente. Desarrollo de habilidades y conocimientos específicos para mantenerse a la vanguardia en el ámbito deportivo y tecnológico.

Gestión de Alianzas Estratégicas: Identificación y negociación de colaboraciones con marcas, profesionales destacados y organizaciones deportivas. Establecimiento de alianzas que fortalezcan la presencia y credibilidad de Connect-T en la comunidad deportiva.

Seguridad de la Plataforma: Implementación de protocolos de seguridad robustos para proteger la privacidad y la integridad de la información de los usuarios. Monitoreo constante y actualizaciones de seguridad para hacer frente a posibles amenazas cibernéticas.

### **Eslabones Primarios Controlables**

Captación de Usuarios y Profesionales: Estrategias de marketing y publicidad digital, participación en eventos y promociones específicas para aumentar la visibilidad y la adquisición de usuarios y profesionales.

Conexión Personalizada: Desarrollo y mejora continua de algoritmos de emparejamiento, funciones de personalización y adaptación de la plataforma para optimizar la conexión entre usuarios y profesionales.

Desarrollo de Contenido Educativo: Creación regular de contenido educativo, planificación de temas relevantes, y ajuste de estrategias basado en la retroalimentación de la comunidad.

Soporte Técnico y de Usuario: Implementación de procesos eficientes de soporte técnico, formación del personal para manejar consultas y problemas, y la mejora continua de la plataforma en función de la retroalimentación.

### **Eslabones Primarios No Controlables**

Gestión de la Comunidad: Reacciones inesperadas de la comunidad, factores externos que afectan la disposición de la comunidad para participar activamente.

Modelo de Negocio y Finanzas: Factores económicos globales, fluctuaciones en las tasas de cambio y cambios legislativos que pueden impactar las finanzas de la empresa.

#### **3.1.2 7s de McKinsey**

##### **1. Estrategia (Strategy):**

Connect-T debe desarrollar una estrategia clara y coherente que guíe el crecimiento y el desarrollo a largo plazo de la plataforma.

La estrategia debe abordar la captación de usuarios, la retención, las alianzas estratégicas y la expansión geográfica, asegurando que esté alineada con la misión y visión de la empresa.

##### **2. Estructura (Structure):**

Definir roles y responsabilidades dentro del equipo de Connect-T para garantizar una estructura organizativa eficiente y ágil.

Asegurarse de que la estructura apoye la toma de decisiones efectiva y facilite la comunicación fluida entre los diferentes departamentos y funciones.

##### **3. Sistemas (Systems):**

Implementar sistemas de información robustos que respalden la gestión de usuarios, la seguridad de la plataforma y la recopilación de datos relevantes.

Garantizar que los sistemas tecnológicos sean flexibles y escalables para adaptarse al crecimiento futuro de Connect-T.

##### **4. Estilo (Style):**

Fomentar un estilo de liderazgo que promueva la innovación, la colaboración y la motivación dentro del equipo.

Establecer un ambiente de trabajo que respalde la creatividad y la iniciativa, incentivando la participación activa de todos los miembros del equipo.

#### **5. Personal (Staff):**

Asegurarse de contar con un equipo diverso y capacitado que combine habilidades en el ámbito deportivo y tecnológico.

Fomentar el desarrollo profesional y la capacitación continua para mantener al equipo actualizado con las últimas tendencias y tecnologías.

#### **6. Habilidades (Skills):**

Proporcionar capacitación continua en habilidades técnicas, especialmente en áreas de informática y desarrollo de software, para cerrar brechas de conocimiento identificadas en el análisis interno.

#### **7. Valores Compartidos (Shared Values):**

Reforzar y comunicar los valores fundamentales de Connect-T en toda la organización y la plataforma.

Asegurarse de que todos los miembros del equipo compartan una visión común sobre la importancia de la salud, el bienestar y la comunidad en el contexto de Connect-T.

### **3.2 Análisis externo**

#### **3.2.1 Análisis de la competencia:**

Nuestra empresa emerge en un contexto de propuesta diferenciadora. Esta distinción se fundamenta en nuestra oferta singular: una plataforma digital específicamente diseñada para facilitar el encuentro entre entrenadores y profesionales del fitness con individuos interesados en ejercitar y mejorar su bienestar físico. A diferencia de otras plataformas, nos concentramos exclusivamente en el ámbito del fitness, lo que nos permite abordar de manera

precisa la demanda de entrenamiento personalizado y profesional dentro de este sector.

Frente a la competencia más directa, nos situamos ante diversas plataformas que buscan conectar a clientes con profesionales de variados campos, como la educación, los idiomas, etc. Entre éstas están plataformas como Fiverr, Webel y Superprof. Si bien estos competidores comparten con nosotros el modelo de negocio basado en la interconexión entre usuarios y proveedores de servicios, ninguno se centra en el deporte y el fitness con la especificidad y profundidad que caracteriza a nuestra propuesta. Esto nos confiere una ventaja competitiva, permitiéndonos ofrecer un servicio y una experiencia altamente adaptados a usuarios específicos.

Además, enfrentamos una competencia indirecta que incluye opciones variadas para los consumidores interesados en la actividad física, tales como gimnasios tradicionales, estudios de entrenamiento personal y entrenadores independientes.

En este espectro de competencia indirecta, es crucial mencionar también el papel de las redes sociales, especialmente plataformas como TikTok e Instagram, donde numerosos entrenadores personales y profesionales del fitness encuentran un medio para alcanzar a su audiencia. Estas redes sociales, aunque muy indirectamente, se convierten en competidores al ofrecer un espacio donde los profesionales pueden interactuar directamente con potenciales clientes. Sin embargo, nuestra plataforma se distingue por ofrecer una experiencia integrada y focalizada en el fitness junto con una comunidad de salud y bienestar físico.

En esta línea a continuación se presenta la tabla de benchmarking, en la cual incluimos variables de distintos negocios que más afectan a nuestra propuesta.

**Tabla 1: Tabla de benchmarking**

| Variable                       | Fiverr   | Weber  | Superprof   |
|--------------------------------|--|--|---|
| <b>Modelo de negocio</b>       | Plataforma de conexión de profesionales para una amplia gama de servicios, incluyendo fitness. | Plataforma online que conecta a los usuarios con una amplia variedad de servicios a domicilio, incluyendo entrenamiento. | Plataforma de conexión de profesionales, con un enfoque en la educación y el coaching, incluido el fitness.                     |
| <b>Estructura de precio</b>    | Tarifas de transición y tarifas de servicio, anuncios pagados                                  | Anuncios pagados, posicionamiento en la plataforma.  | Comisiones, anuncios pagados, posicionamiento en la plataforma versión premium.   |
| <b>Especialización</b>         | Muy poca, ya que cubre sobre todo servicios creativos y digitales.                             | Poca, tiene un enfoque en servicios a domicilio que pueden incluir bienestar y fitness.                                  | Media, especializado principalmente en educación y formación, aunque ofrece servicios en distintas áreas incluyendo el fitness. |
| <b>Estrategía de marketing</b> | SEO, marketing digital, y presencia en redes sociales.   | SEO, SEM, marketing digital, redes, anuncios pagados.  | SEO, SEM, marketing digital, redes, anuncios pagados.   |
| <b>Alcance</b>                 | Mundial  | Mundial  | Mundial   |
| <b>Calidad</b>                 | 3,6 / 5  | 3,3 / 5  | 4,2 / 5   |

Fuente: Elaboración propia

### 3.2.2 Análisis de la demanda

**TAM:** Sería la totalidad de individuos en España interesados en mejorar su bienestar físico a través del fitness, según la “Encuesta de hábitos deportivos” de 2022 (hecha por el Ministerio de educación, formación profesional y deportes) en España un 57,3% de la población mayor de 15 años realizó actividad física. Es decir **23.140.757** usuarios

**SAM:** Este sería el segmento del TAM que puedo alcanzar específicamente en la Comunidad de Madrid, donde planeo lanzar inicialmente nuestro servicio. Este mercado incluye a aquellos individuos que buscan entrenamiento personalizado y están dispuestos a utilizar una plataforma digital. Para ello según el “Anuario de estadísticas deportivas” del 2023 en La Comunidad de Madrid un 56,8% realiza práctica deportiva al menos una vez a la semana. Es decir que ahora nuestro SAM son **13.143.950** usuarios

**SOM:** Sabiendo nuestra capacidad de marketing, la competencia existente, y la adopción de usuarios de plataformas digitales para servicios de fitness y teniendo en cuenta que hay un aumento de 50% (Urban Sports Club) de la demanda de entrenadores personales desde la pandemia, consideramos que haciendo una muy buena campaña de marketing y teniendo en cuenta lo innovadora que es nuestra propuesta podemos hacer que al menos un 10% del SAM esté interesado en nuestro mercado. Es decir **1.314.395** usuarios potenciales. Todo este análisis de la demanda se observa visualmente en el Anexo III

### 3.2.3 PEST

#### Contexto Político

En el ámbito político, Connect-T se ve influenciada por legislaciones clave a nivel internacional y nacional. La Unión Europea ha implementado la Ley de Servicios Digitales (DSA) y la Ley de Mercados Digitales (DMA), que regulan la actividad en línea, promoviendo la seguridad y la competencia justa. A nivel nacional, nos regimos por la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales (LOPD), alineada con el RGPD de la UE, asegurando la privacidad de los usuarios. La Ley de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (LSSI) facilita relaciones digitales y promueve la competencia, favoreciendo la innovación en el ecosistema digital.

#### Análisis Económico

Desde una perspectiva económica, Connect-T se beneficia del crecimiento del PIB y el PIB per cápita en España, indicadores que reflejan un aumento en el poder adquisitivo. Aunque el poder adquisitivo está por debajo de la media europea, Madrid destaca con la segunda renta per cápita más alta, mostrando un mercado inicial propicio. Además, el gasto en deporte en la Comunidad de Madrid es significativo. Estas condiciones económicas positivas respaldan la viabilidad y el potencial de crecimiento de Connect-T en el mercado español.

### Contexto Social y Cultural

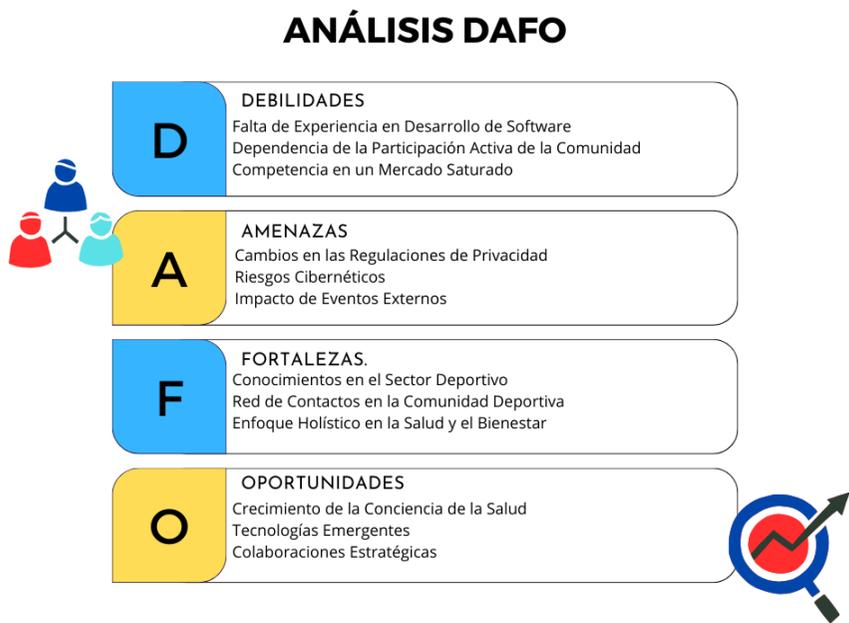
En el ámbito social, la creciente tendencia hacia la práctica deportiva en España, especialmente entre los jóvenes, crea un entorno propicio para una plataforma de fitness en línea. La demanda de entrenadores personales ha aumentado post-COVID-19, evidenciando una mayor conciencia sobre la importancia del bienestar físico. Connect-T se posiciona estratégicamente para satisfacer esta demanda, conectando a usuarios motivados con profesionales del fitness, aprovechando la creciente importancia de la actividad física en la sociedad actual.

### Entorno Tecnológico

En el ámbito tecnológico, la sociedad está altamente adaptada a la digitalización, lo que facilita la aceptación de plataformas digitales como Connect-T. La integración de inteligencia artificial (IA) en nuestra plataforma ofrece ventajas competitivas al permitir la automatización de procesos y proporcionar recomendaciones personalizadas basadas en análisis de datos. La disposición de la sociedad hacia nuevas formas de interacción digital crea un entorno favorable para la implementación exitosa de Connect-T en el mercado tecnológico actual.

### 3.2.4 DAFO

Figura 3. Análisis DAFO

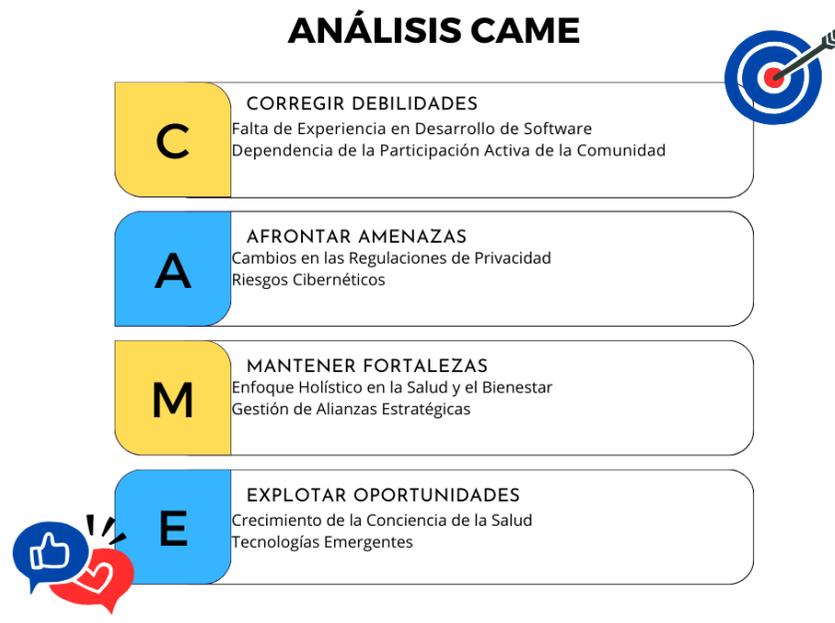


Fuente: Elaboración Propia

### CONNECT-T

### 2.2.5 CAME

Figura 4. Análisis CAME



Fuente: Elaboración Propia

### **3.2.6 Objetivos**

Corto Plazo

#### Objetivos Estratégicos:

**Aumentar la Participación de la Comunidad:** Incrementar la participación de usuarios y profesionales en la plataforma en un 20% mediante la implementación de desafíos mensuales y eventos exclusivos.

**Establecer Alianzas Locales:** Formar alianzas estratégicas con al menos tres gimnasios locales para expandir la presencia geográfica y ofrecer programas de entrenamiento presenciales.

**Establecer Anuncios:** Alianzas con una empresa de suplemento para anuncios en el emprendimiento.

#### Objetivos Operativos:

**Optimización de la Plataforma:** Realizar actualizaciones mensuales para mejorar la experiencia del usuario, corregir errores y agregar nuevas funcionalidades basadas en comentarios y análisis de usuarios.

**Campañas de Marketing Digital:** Ejecutar dos campañas de marketing digital focalizadas en redes sociales para aumentar la adquisición de usuarios en un 25%.

#### Objetivos Temporales:

**Desarrollo de Contenido Educativo:** Crear y lanzar una serie de vídeos educativos en los primeros 3 meses para mejorar la retención de usuarios y proporcionar valor añadido.

**Capacitación del Equipo:** Proporcionar al equipo de soporte técnico una capacitación intensiva en las nuevas características de la plataforma en el primer trimestre.

## 4. PLAN DE MARKETING

### 4.1 Decisiones en relación al producto.

Connect-T se presenta como una innovadora plataforma virtual diseñada para facilitar la interconexión entre profesionales del fitness y personas interesadas en mejorar su calidad y condición física. La plataforma distingue tres tipos de usuarios: practicantes, entrenadores y educadores, cada uno con opciones diseñadas para satisfacer sus necesidades específicas.

Para los practicantes, Connect-T ofrece tres planes distintos. El Plan Basic, gratuito, permite a los usuarios conectar únicamente con un tipo de servicio que ofrecemos. El Plan Basic + Holístico, con un coste de 3 euros mensuales, amplía la oferta permitiendo elegir además un servicio adicional entre nutrición, fisioterapia, psicología y entrenamiento. El Plan Completo, por 5 euros mensuales, ofrece un acceso integral a todos los servicios disponibles: entrenamiento, nutrición, fisioterapia y psicología.

Los entrenadores en Connect-T pueden optar por una suscripción gratuita o premium. La opción gratuita incluye comisiones del 15% por cada servicio prestado, presencia de anuncios y un posicionamiento básico en la plataforma, que puede mejorar significativamente con buenas reseñas de los clientes. La suscripción premium elimina las comisiones y anuncios, proporciona estadísticas detalladas sobre el perfil del entrenador, sugiere mejoras para potenciar su perfil y garantiza un posicionamiento privilegiado.

Para los usuarios dedicados a la educación, Connect-T ofrece una única opción gratuita que les permite promocionar sus formaciones. La plataforma cobra una comisión por cada conexión establecida, la cual varía según el tipo de titulación y

centro. Cabe destacar que esta opción se habilitará a partir de la segunda versión de la plataforma.

Una característica esencial de Connect-T es la permanente disponibilidad de una opción gratuita para cada tipo de usuario, asegurando la accesibilidad a pesar de la inclusión de anuncios y la aplicación de comisiones. Además, los perfiles destacados en el *feed* son aquellos con numerosas reseñas positivas, lo que fomenta la excelencia entre nuestros profesionales.

La oferta de servicios de Connect-T abarca una amplia gama dentro del sector del entrenamiento, incluyendo entrenamiento funcional/crossfit, pilates, yoga, spinning, stretching, calistenia, y una categoría "Otros" para servicios que no se ajusten a las categorías predeterminadas. En nutrición, los servicios van desde el aumento de masa corporal hasta la nutrición clínica y dietas específicas. La fisioterapia incluye osteopatía, kinesioterapia, terapia postural, entre otros. Finalmente, la psicología cubre áreas como Mindfulness, motivación y desarrollo juvenil en el deporte. Además, cuando un cliente conecta con un profesional este puede decidir entre contratar una única sesión o distintos paquetes de sesiones (ver en Anexo IV). Inicialmente, Connect-T operará exclusivamente en la Comunidad de Madrid, con planes de expansión a nivel nacional e internacional en el futuro.

La esencia de Connect-T se sustenta en tres pilares fundamentales (Anexo V): la especificidad, al ser la única comunidad de interconexión enfocada específicamente en el deporte; la totalidad, ofreciendo todos los servicios necesarios tanto para enseñar como para aprender; y la comunidad, en la cual estamos forjando un espacio de encuentro entre profesionales y principiantes del mundo fitness.

Un aspecto fundamental que distingue a Connect-T, además de su especificidad en el ámbito del fitness y bienestar, es su enfoque integral, que va más allá de ofrecer

un mero espacio para el ejercicio físico. Nos esforzamos por crear una comunidad activa que no solo potencie la práctica deportiva, sino que también fomente el intercambio de conocimientos y el networking entre profesionales. Este ambiente colaborativo permite que nuestros usuarios trasciendan el papel de meros practicantes para convertirse en profesionales y educadores, enriqueciendo así su experiencia con un desarrollo tanto físico como mental.

Además, Connect-T se compromete con el bienestar de los profesionales, proporcionando un servicio completo que incluye la gestión de horarios y lugares de entrenamiento, gracias a alianzas estratégicas con diversos centros y gimnasios, así como el manejo eficiente del proceso de pago. De esta manera, eliminamos las complicaciones administrativas para los profesionales, permitiéndoles concentrarse en lo que mejor saben hacer. A cambio de una modesta comisión o mediante un plan premium con una tarifa mensual, garantizamos a los profesionales una plataforma donde pueden prosperar sin preocuparse por la logística.

Nuestro enfoque holístico nos distingue, abarcando no solo la actividad física sino también aspectos cruciales como la nutrición y el bienestar general. La colaboración con polideportivos, gimnasios, centros de fitness, marcas de suplementos y ropa deportiva complementa nuestros servicios, proporcionando una oferta completa y coherente. La experiencia de usuario en Connect-T es profundamente personalizada, gracias a un sistema que analiza y se actualiza semanalmente basado en las últimas búsquedas e interacciones, asegurando así un servicio afinado a las preferencias actuales de cada cliente.

#### **4.2 Decisiones con relación al precio.**

Nuestra aplicación se distingue por su modelo de negocio innovador diseñado para generar ingresos de cuatro maneras distintas, adaptándose a las necesidades de nuestros usuarios y colaboradores.

### Anuncios

Estos estarán en la versión gratuita de todos los tipos de usuarios, la cual está pagada por terceros, el modelo que nosotros hemos utilizado para monetizar los anuncios es el CPM (Coste Por Mil) esto significa que nuestros anunciantes nos pagarán una tarifa estándar por cada mil impresiones que genere sus anuncios en nuestra plataforma. Nosotros hemos identificado que nuestro CPM sea de 10 euros, ya que al ser una empresa que cuenta con un nicho específico y claro, los anunciantes, los cuales serán empresas que estén relacionadas a nuestro sector, tendrán una mayor tasa de conversión debido a nuestra especificidad.

### Comisiones

Comisión cobrada a profesionales por ofrecer sus servicios a través de la opción gratuita, asegurando una plataforma sostenible que beneficia a ambas partes, ya sea por cada sesión si las venden de forma individual o por el paquete de varias sesiones. Esta es del 15%.

### Suscripciones

Ofrece ventajas y accesos exclusivos más allá de la versión gratuita; La opción para usuarios entrenadores elimina las comisiones, añade estadísticas personalizadas, elimina los anuncios, hay atención al cliente prioritaria y un mejor posicionamiento, tiene un precio de 20 euros mensuales. Para los usuarios practicantes hay una suscripción “Basic+holístico” que tiene un precio de 3 euros mensuales y otro paquete “Completo” que tiene un precio de 5 euros mensuales.

### Tarifa de posicionamiento

Tarifa cobrada a profesionales que desean mejorar su visibilidad en la plataforma, posicionando sus servicios de manera destacada frente a potenciales clientes. El precio por este servicio es de 9.90 por 7 días, 16.90 por 14 días y 29.90 por 30 días.

En cuanto a la segmentación de nuestros clientes, nosotros tenemos tres diferentes tipologías de usuarios (Buyer Persona) que van a utilizar nuestra plataforma (Anexo VI):

El Cliente Practicante de Connect-T incluye usuarios que buscan comenzar o avanzar en fitness, nutrición, fisioterapia y psicología, subdivididos en principiantes, aquellos que mejoran su entrenamiento y profesionales que amplían su formación. Son usuarios motivados por el progreso personal y el conocimiento.

El Cliente Entrenador/Profesional se compone de especialistas en las áreas de la plataforma, centrados en el desarrollo de su marca y en compartir su metodología. Son perfiles orientados al crecimiento profesional y la creación de una comunidad educativa.

El Cliente Educador, por su parte, se enfoca en formar a otros usuarios, apoyando su desarrollo profesional y ofreciendo certificaciones. Este grupo juega un papel clave en el fomento del aprendizaje y el perfeccionamiento en el ecosistema de fitness.

El valor añadido de nuestra propuesta reside en la cuidadosa elaboración de distintas categorías de servicios, diseñadas específicamente para alinearse con los objetivos particulares de cada segmento de cliente en nuestra plataforma. Entendemos que cada usuario tiene metas únicas, ya sea comenzar en el mundo del fitness, mejorar su entrenamiento, ampliar sus conocimientos en áreas especializadas o emprender y escalar sus negocios en el ámbito del bienestar. Por ello, ofrecemos planes adaptados que no solo satisfacen estas necesidades diversas, sino que también representan una excelente relación calidad-precio. Además, nos enfocamos en brindar un soporte significativo a los emprendedores, facilitando herramientas y oportunidades para que puedan expandir sus negocios y

marcas personales dentro de una comunidad en crecimiento. Esta combinación de personalización y apoyo al emprendimiento constituye el núcleo de nuestra propuesta de valor, destacando nuestra plataforma como una solución integral y accesible para todos en el sector del fitness y bienestar.

#### **4.3 Decisiones en torno a la distribución.**

Nuestra aplicación, inicialmente se lanzará en la Comunidad de Madrid, con objetivo de tener repercusión nacional y posteriormente internacional. Como puntos de acceso para nuestros usuarios, la plataforma estará disponible tanto en nuestro sitio web, como en una aplicación móvil.

En lo que respecta a la logística de conexión entre usuarios y profesionales, nuestra estrategia incluye facilitar encuentros en instalaciones deportivas, gracias a acuerdos previos con ayuntamientos y polideportivos, tanto públicos como privados. No obstante, mantenemos la flexibilidad permitiendo que las sesiones se realicen en otros lugares, de mutuo acuerdo entre las partes involucradas.

La interacción entre practicantes y entrenadores se desarrolla de la siguiente manera: inicialmente, el practicante se inscribe en la plataforma y selecciona el plan de su preferencia, que puede ser el Plan Basic, el Plan Basic + Holístico o el Plan Completo. Posteriormente, el usuario procede a identificar al entrenador de su elección, verifica su disponibilidad y agenda una sesión especificando fecha, lugar y hora. El entrenador dispone de un plazo de 16 horas para confirmar la sesión programada. Una vez confirmada, se activa un canal de comunicación directa entre el practicante y el entrenador para facilitar el intercambio de información relevante.

A partir de este momento, se procede a retener el importe correspondiente al servicio en la cuenta del cliente 24 horas antes de la sesión. Concluida la clase, tanto el entrenador como el alumno deben validar su realización a través de la

plataforma para que el pago sea transferido al entrenador, momento en el cual la plataforma percibe una comisión. Dicha comisión varía en función del plan contratado por el entrenador.

Para concluir, ambas partes tienen la oportunidad de evaluar su experiencia mutua, lo cual constituye un mecanismo esencial para garantizar la calidad del servicio, esta evaluación es mediante un sistema de puntuación (del 1 al 5) y también tienen la opción de dejar un comentario. Para soporte y atención al cliente, disponemos de un chatbot operativo 24/7, un número de teléfono y un correo electrónico para consultas específicas, complementados con una sección de preguntas frecuentes (FAQ).

#### **4.4 Decisiones en torno a la comunicación.**

**Canales de Promoción:** Marketing Digital Integrado: Implementar estrategias de marketing digital holísticas, que abarquen no sólo anuncios en redes sociales, marketing de contenidos y SEO, sino también campañas de correo electrónico y publicidad online, para garantizar una presencia omnicanal efectiva.

**Uso de Redes Sociales:** Campañas Multicanal: Ampliar la presencia en redes sociales, incluyendo Instagram, Facebook y X (Twitter), pero también explorando plataformas emergentes relevantes para el público objetivo, como LinkedIn o TikTok, para diversificar el alcance y maximizar la visibilidad.

**Contenido Atractivo:** Estrategia de Contenido Segmentada: Desarrollar contenido visual y educativo adaptado a diferentes segmentos de la audiencia, asegurando que aborde sus necesidades específicas y motive la participación activa. En diferentes formatos como videos, infografías y webinars para ofrecer variedad y profundidad.

**Participación activa de comunidades:** Ir más allá de las respuestas reactivas y establecer una gestión proactiva de la comunidad. Iniciar conversaciones, encuestas y desafíos, fomentando la participación y creando un sentido de pertenencia. Implementar programas de recompensas para usuarios activos y contribuyentes destacados.

**Posicionamiento:** No solo enfocarse en la experiencia del usuario, sino también buscar constantemente formas de mejorarla. Recopilar comentarios de los usuarios, realizar encuestas y analizar datos de uso para implementar actualizaciones continuas que satisfagan las expectativas cambiantes. También los practicantes podrán calificar del 1 al 5 al entrenador por ejemplo si les gusta la manera del profesional de dar el entrenamiento o no, el trato, entre otras cosas, también de manera contraria el entrenador podrá calificar al usuario dando a ver cómo se desempeña en el entrenamiento, si trata bien al profesional entre otras cosas. Entre más calificación tengas más arriba aparecerá en la búsqueda SEO.

**Salud Integral Resaltada:** Reforzar el mensaje de salud integral no solo a través de contenido, sino también a través de colaboraciones con expertos en nutrición, bienestar emocional y otros campos relacionados. Organizar eventos y seminarios en línea que aborden todos los aspectos del bienestar. Todo lo que esté ligado a Connect-T estará ligado al bienestar y a la salud.

Estas decisiones de comunicación se fundamentan en la necesidad de construir una presencia sólida y atractiva en el mercado digital de bienestar y fitness. La implementación de una estrategia de marketing digital integrado garantiza que nuestra marca sea omnipresente y relevante en diversos canales, maximizando así la exposición ante una audiencia diversa. Además, al diversificar las plataformas de redes sociales, estamos adaptándonos a las preferencias de diferentes segmentos de nuestra audiencia, asegurando una conexión efectiva. La estrategia de contenido

atractivo no solo busca informar, sino también inspirar y motivar, generando participación activa y compartiendo conocimientos valiosos. La gestión proactiva de comunidades fortalece el sentido de pertenencia, crucial para la retención de usuarios a largo plazo. Finalmente, la mejora constante de la experiencia del usuario y la destacada atención a la salud integral solidifica nuestra posición como una plataforma confiable y centrada en el usuario en el competitivo mercado del bienestar digital.

## **5. PLAN DE OPERACIONES/GESTIÓN**

### **5.1 Descripción del lugar virtual**

La descripción del lugar virtual de nuestra plataforma está detallada en el apartado 3.1 “Decisiones en relación al producto” y en el apartado 3.3 “Decisiones en torno a la distribución”. Sin embargo, de forma más resumida al iniciar sesión en Connect-T, los usuarios acceden directamente a la página principal, donde un menú desplegable les permite navegar fácilmente por las opciones de la plataforma, incluidas las distintas modalidades de servicio (entrenamiento, nutrición, fisioterapia, psicología), el blog, las preguntas frecuentes y el contacto de soporte al cliente. Dependiendo del plan seleccionado, los usuarios pueden elegir servicios específicos dentro de cada modalidad. Posteriormente, se les muestra una lista de profesionales disponibles, con la posibilidad de aplicar filtros por precio, ubicación y disponibilidad para encontrar el profesional que mejor se ajuste a sus necesidades. Este procedimiento está diseñado para ser intuitivo y facilitar una experiencia de usuario enfocada y eficiente. Esto se refleja en el diseño de la matriz de nuestra plataforma (Anexo VII).

### **5.2 Necesidades de recursos materiales iniciales**

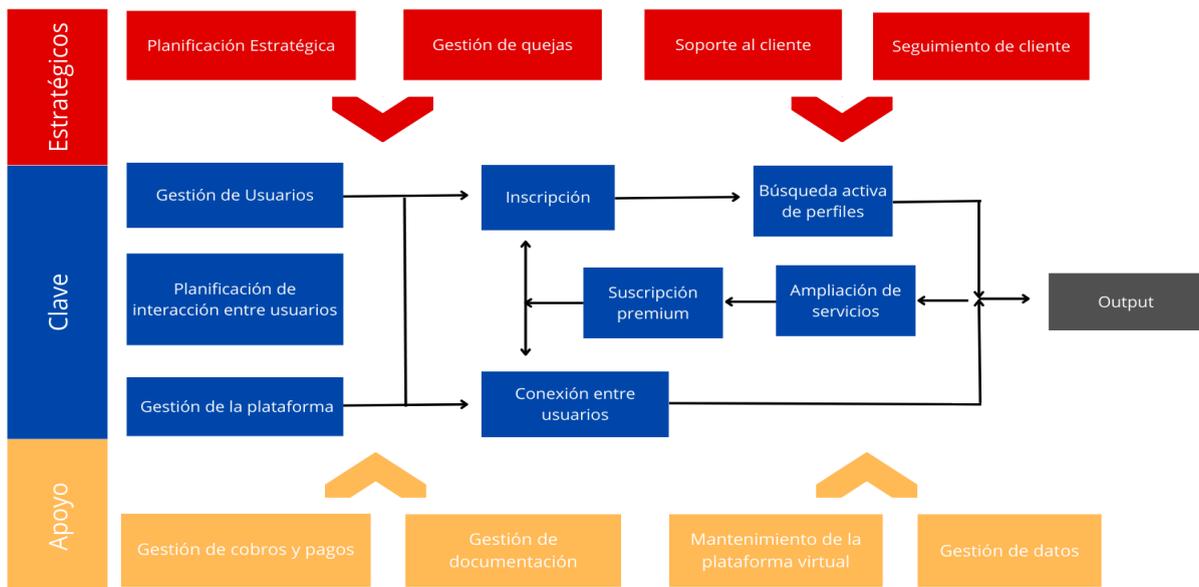
Al ser una empresa que va a desarrollar toda su actividad en un entorno digital, los únicos recursos materiales que nosotros vamos a necesitar son los ordenadores de

cada miembro del personal, para el desarrollo de la plataforma los recursos que nosotros necesitamos son: Una plataforma de desarrollo, mediante la cual nos permita hacer la plataforma como la aplicación móvil, un software, el cual nos permita tener la base de datos, la autenticación y notificaciones de los usuarios y por último el hosting, el cual será quien nos dé el “alojamiento” de nuestra plataforma, así como el dominio web (el coste de todos estos se explica en el plan económico financiero).

### 5.3 Descripción de los procesos clave

A continuación, en la Figura 5 se observa el mapa de procesos donde se identifican los procesos clave, además de que se describe de forma visual la relación que tienen entre ellos.

Figura 5: Mapa de procesos

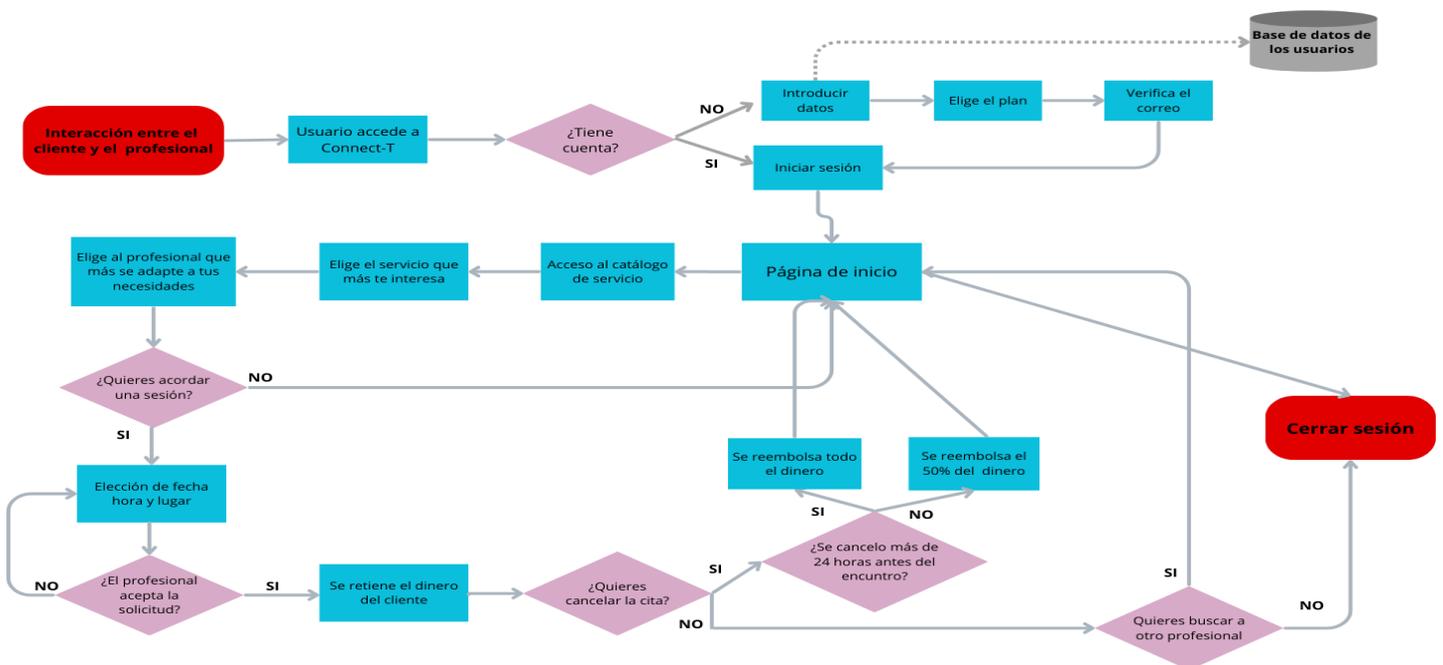


Fuente: Elaboración propia

El mapa anterior muestra la relación entre los procesos de Connect-T, como se observa los procesos estratégicos son aquellos que tienen un ámbito más directivo y de planificación, los servicios clave son los cuales están directamente relacionados con nuestra actividad principal y todo lo que conlleva la prestación de nuestro servicio, los cuales necesitan de otros procesos para poder ser llevados a cabo, como la gestión de pagos entre usuarios, la documentación requerida para los entrenadores, el tratamiento de datos y el mantenimiento continuo de nuestra plataforma.

Como se puede observar, uno de los principales procesos dentro de nuestra plataforma es la conexión entre usuarios, para ello la actividad principal de este proceso es la “solicitud de entrenamiento”, el cual deriva en la interacción entre el cliente y el profesional. Por ello en la Figura 6 se observa un diagrama de flujo explicando la interacción entre el cliente y el profesional, desde el punto de vista del cliente practicante.

Figura 6: Diagrama de flujo de la interacción entre clientes y profesionales.



Fuente: Elaboración propia

Carlos Henrique Ribeiro Da Rocha y Manuel Guevara Salazar

**Tabla 2: Ficha de procesos para la conexión con el profesional**

| Descripción del proceso: Conexión con el profesional   |  |
|--|--|
| <b>Input</b><br>Software e información del usuario   | <b>Responsable del proceso</b><br>Software de Connect-T  |
| <b>Output</b><br>Conexión entre practicante y profesional  | <b>Clientes del proceso:</b><br>Usuarios practicantes y profesionales actuales y futuros   |
| <b>Herramientas necesarias</b>   | Software de conexión de usuarios<br>Datos de los usuarios<br>Calendario compartido en la nube<br>Herramienta para retener el dinero      |
| <b>Personas implicadas en el proceso (agentes)</b>   | Usuarios (Practicantes y profesionales)<br>Personal de atención al cliente (RRHH)  |
| <b>Indicadores</b>   | Tasa de conexiones exitosas<br>Tiempo medio en conectar  |
| <b>Instrucciones a tener en cuenta</b>   | La menor cantidad de pasos para que el usuario conecte<br>Un proceso fácil e interactivo<br>Busca la mayor comodidad para el practicante |
| <b>Hitos y plazos importantes:</b><br>Creación del perfil (máx. 15 min)<br>Búsqueda del profesional (máx 30 min)<br>Respuesta a la solicitud de entrenamiento (máx 16 horas) | <b>Límites:</b><br>Depender de perfiles de entrenadores externos<br>Depender de la disponibilidad del entrenador                         |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 3: Explicación del indicador “Tasa de conexiones exitosas”**

| Indicador: Tasa de conexiones exitosas               |   |   |              |
|--|---|---|--------------|
| <b>Responsable de la recogida de datos</b>           | Software de Connect-T                               | <b>Periodicidad de la recogida de información</b> | Semanal      |
| <b>Responsable del tratamiento de la información</b> | Recursos Humanos                                    | <b>Periodicidad del tratamiento de la</b>         | Semanal      |
| <b>Destinatario</b>                                  | Especialista en marketing y desarrollo de negocios  | <b>Fecha/momento de entrega al destinatario</b>   | Cada 15 días |
| <b>Unidad de medida</b>                              | Porcentaje de conexiones sobre el total de usuarios | <b>Procedimiento de cálculo</b>                   |              |
| <b>Valor esperado</b>                                | 10% mayor que el mes anterior                       | Cuantía de cada sesión realizada                  |              |

Fuente: Elaboración propia

## 5.4 Proveedores iniciales y habituales

Cómo se mencionó anteriormente nosotros necesitamos tres servicios clave para que se desarrolle nuestra plataforma:

Carlos Henrique Ribeiro Da Rocha y Manuel Guevara Salazar

**Plataforma de desarrollo:** Tendremos dos proveedores, React Native para el desarrollo móvil, el cual nos permite desarrollar aplicaciones nativas para iOS y Android utilizando un solo código base. Y *Node.js* para el Backend, el cual proporciona un framework de JavaScript del lado del servidor que es ideal para construir aplicaciones en tiempo real cómo Connect-T, además tiene una gran escalabilidad, algo muy importante para nosotros teniendo en cuenta nuestros objetivos a largo plazo.

**Software:** Aquí vamos a utilizar a MongoDB, el cual nos permite manejar grandes volúmenes de datos. Además, usaremos Firebase, la cual nos ayuda en la autenticación de usuarios, envío de notificaciones y análisis en tiempo real.

**Hosting:** Usaremos la empresa Dropbox, la cual nos proporciona almacenamiento de datos y bases de datos gestionables en la nube, esta es ideal para aplicaciones con bastantes picos de tráfico.

Además de estas aplicaciones, para que Connect-T siga escalando y mejorando constantemente nosotros necesitamos herramientas que nos permitan monitorear y analizar el rendimiento, para ello utilizaremos Datadog, la cual nos da visibilidad en tiempo real sobre la salud y el rendimiento de nuestra plataforma. Y también usaremos Google Analytics la cual nos ayudará para las campañas de marketing ya que nos proporciona el comportamiento del usuario en la plataforma, los patrones de uso, la retención, etc.

## 6. PLAN RECURSOS HUMANOS

### 6.1 Organigrama

La estructura de la empresa serán 5 personas, para ver el organigrama visitar el Anexo VIII

## 6.2 Descripción de las funciones

### **CEO/Director Ejecutivo:**

Define la visión y los objetivos de la empresa, toma decisiones esenciales y la representa ante terceros. Lidera al equipo y supervisa la salud financiera y operativa de la organización, buscando oportunidades de expansión con liderazgo, visión estratégica y habilidades comunicativas.

### **CTO/Director de Tecnología:**

Lidera el desarrollo tecnológico, asegurando la estabilidad, seguridad y escalabilidad de la plataforma, e incorpora innovaciones tecnológicas. Requiere de un conocimiento avanzado en software y sistemas, junto con una capacidad resolutive en desafíos técnicos.

### **Especialista en Marketing y Desarrollo de Negocios:**

Implementa estrategias de marketing y busca oportunidades de colaboración. Analiza el mercado para guiar las decisiones y crea campañas para atraer usuarios, destacando por su creatividad y habilidades analíticas.

### **Desarrollador Full-Stack:**

Trabaja en el desarrollo y mejora de la plataforma, garantizando la calidad y funcionalidad del código. Debe ser versátil en programación y colaborativo, con un fuerte enfoque en las mejores prácticas y soluciones innovadoras, debe tener un dominio de múltiples lenguajes de programación y tecnologías web.

## 6.3 Reclutamiento y selección de trabajadores.

En el proceso de reclutamiento y selección de personal en Connect-T, se llevará a cabo una estrategia exhaustiva y transparente. En primer lugar, se difundirá la oferta de empleo en una variedad de portales especializados y redes sociales relevantes para el sector del fitness y la tecnología. Para roles más generales, como el

contable y el encargado de marketing, se utilizarán plataformas como LinkedIn. A continuación, se llevará a cabo un proceso de recepción de candidaturas, seguido de un riguroso filtro inicial centrado en las capacidades formativas y la experiencia de los aspirantes.

Una vez completada esta etapa inicial, se llevarán a cabo entrevistas presenciales donde se evaluarán tanto las habilidades técnicas como las habilidades interpersonales necesarias para el puesto. Estas entrevistas se realizarán de manera semiestructurada, con la posibilidad de incluir estudios de caso o simulaciones de roles según sea necesario. Finalmente, se analizarán todos los perfiles recopilados para seleccionar al candidato más idóneo para unirse al equipo de Connect-T.

En cuanto a las bajas de empleados, ya sean temporales o permanentes, se seguirá un proceso similar, pero con una duración más breve, sin superar las dos semanas. Las vacantes se publicarán tanto en los canales internos de Connect-T como en otras plataformas pertinentes, especialmente durante la fase inicial de posicionamiento de la empresa en el mercado.

#### **6.4 Tipos de contrato a realizar y política salarial.**

**Contrato indefinido:** Ofrece estabilidad laboral y no tiene una fecha de finalización establecida. Se utilizará para roles clave como CEO/Director Ejecutivo y CTO/Director de Tecnología.

**Contrato Temporal:** Este tipo de contrato tiene una duración específica y está vinculado a la realización de un proyecto, la cobertura de una vacante temporal o a necesidades temporales de la empresa. Se utilizará para roles como Desarrollador Full-Stack y Especialista en Marketing y Desarrollo de Negocios.

### **6.5 Funciones o procesos externalizados a terceras empresas.**

A mediano y largo plazo se contratará una empresa de servicio técnico para mantenimiento, mejora, seguridad y actualización del software de Connect-T. Las funciones que tendrá esta empresa serán:

**Soporte técnico:** Ofrecer asistencia remota o en sitio para resolver problemas de hardware, software y redes, garantizando el funcionamiento continuo de los sistemas informáticos.

**Mantenimiento preventivo:** Realizar actualizaciones regulares de software, parches de seguridad y mantenimiento de equipos para prevenir fallos y minimizar el tiempo de inactividad.

**Gestión de seguridad cibernética:** Implementar y mantener medidas de seguridad proactivas, como firewalls, antivirus y detección de intrusiones, para proteger los activos digitales de la empresa contra amenazas internas y externas.

**Copias de seguridad y recuperación de datos:** Configurar y administrar sistemas de copia de seguridad automatizados para garantizar la integridad y disponibilidad de los datos críticos, así como proporcionar servicios de recuperación de datos en caso de pérdida o corrupción.

**Consultoría tecnológica:** Asesorar a la empresa sobre estrategias de tecnología de la información, identificando oportunidades para mejorar la eficiencia operativa, reducir costos y alinear la infraestructura de TI con los objetivos empresariales a largo plazo.

El coste que tendría aproximadamente una empresa encargada de esto sería aproximadamente unos 700 euros mensuales. Este cálculo sale de manera aproximada según consulta de la página web cronoshare.

## **6.6 Costes salariales**

Los costes totales de los salarios brutos a corto plazo serán de 15.450 de euros y los de mediano plazo serán de 6.950 euros, para ello revisar Anexo IX.

## **7. PLAN JURÍDICO**

### **7.1 Modalidad jurídica**

Se decidió formar una sociedad limitada (S.L.) ya que ésta se alinea con los objetivos y necesidades de Connect-T. Principalmente, la protección y limitación de responsabilidad que ofrece la S.L. resultan cruciales, ya que salvaguardan el patrimonio personal de los fundadores limitando su responsabilidad al capital aportado. Esta característica es indispensable para mitigar los riesgos asociados al lanzamiento y desarrollo inicial de nuestra plataforma, proporcionando un entorno seguro para la inversión y el crecimiento empresarial.

Además, la flexibilidad, credibilidad y el régimen fiscal favorable que caracteriza a la Sociedad Limitada respaldan nuestra decisión. La S.L. nos permite adaptarse eficientemente a los cambios del mercado y las oportunidades de expansión, mejorando nuestra imagen ante clientes, proveedores y entidades financieras, lo cual facilita el acceso a financiación y fortalece las relaciones comerciales. La capacidad de atraer inversiones, gracias a una estructura clara del capital social y la facilidad para incorporar nuevos socios o inversores, asegura el flujo de capital necesario para la innovación y el desarrollo tecnológico. Finalmente, el atractivo régimen fiscal de la S.L., que incluye incentivos para la inversión en I+D+i, ofrece un marco económico ventajoso, fundamental para el crecimiento sostenido de Connect-T en el competitivo sector del fitness y bienestar digital.

### **7.2 Requisitos legales**

Para constituir una Sociedad Limitada (S.L.) en España, se requiere al menos un socio que esté inscrito como trabajador autónomo en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA), aunque no es obligatorio que todos los socios tengan esta condición. Este criterio asegura que, mínimo, uno de los fundadores esté registrado oficialmente como profesional independiente.

Un elemento esencial en la formación de una S.L. es la aportación de un capital social mínimo, establecido en 3.000 euros, distribuido entre los socios según su participación y representado en acciones sociales. Es imperativo abrir una cuenta bancaria en nombre de la sociedad para el ingreso de dicho capital, y obtener un Código de Identificación Fiscal (CIF) provisional que sirva de identificación ante la Agencia Tributaria.

El proceso formal de establecimiento de una S.L. incluye la adquisición de un certificado negativo de denominación social del Registro Mercantil, asegurando la exclusividad del nombre empresarial. A continuación, se deben redactar y formalizar los estatutos de la sociedad, que definen la dirección de la empresa, las aportaciones de cada socio, la estructura administrativa, y la naturaleza de la actividad económica a desarrollar.

Los socios han de otorgar la escritura pública de constitución ante notario, presentando el certificado de denominación y el comprobante bancario del capital desembolsado. Posteriormente, es necesario inscribir la empresa en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE) y en el Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores. La constitución se culmina con la adquisición del CIF definitivo, tras lo cual la sociedad se considera legalmente establecida y está en disposición de iniciar sus operaciones comerciales de manera formal.

### **7.3 Trámites**

Según el Ministerio de Industria y Turismo, los trámites necesarios tanto para formar una SL cómo para su puesta en marcha son:

**Trámites para la Constitución de la Empresa:**

- Certificación Negativa del Nombre: Solicitar en el Registro Mercantil Central que el nombre Connect-T no esté siendo utilizado.
- Apertura de Cuenta Bancaria y Depósito del Capital Social: Depositar el capital mínimo de 3.000 euros en una cuenta a nombre de la empresa.
- Elaboración de los Estatutos Sociales: Redactar el documento que regula el funcionamiento interno de la empresa, especificando detalles como los socios, objeto social y capital.
- Escritura de Constitución: Firmar ante notario la escritura de constitución que incluye los estatutos sociales y la aportación del capital.
- Obtención del CIF: Solicitar el Código de Identificación Fiscal provisional en la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT).
- Inscripción en el Registro Mercantil: Inscribir la escritura de constitución en el Registro Mercantil del lugar de establecimiento de la empresa.

**Trámites Específicos para la Puesta en Marcha del Negocio:**

- Alta en el IAE: Declarar el inicio de actividades, generalmente exento para pequeñas empresas.
- Registro de la Marca: Registrar el nombre comercial, logos y otros signos distintivos en la Oficina Española de Patentes y Marcas.
- Cumplimiento de la LOPD: Asegurar que la empresa cumpla con la normativa de protección de datos personales.
- Alta en la Seguridad Social: Afiliar a la empresa y a los trabajadores en la Seguridad Social.

## 8. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO Y VIABILIDAD

### 8.1 Necesidades de inversión inicial.

Para la ejecución de este proyecto, se requiere una inversión inicial estimada en 44,000 euros, destinada al desarrollo del software y la plataforma digital. Este cálculo, proporcionado por la empresa "Chetu Soluciones de Software", contempla el salario de dos desarrolladores a 25 euros por hora durante 176 horas mensuales, a lo largo de aproximadamente cinco meses. Para financiar esta inversión, hemos optado por solicitar un préstamo bancario, cuyas condiciones fueron simuladas de manera realista con la colaboración de "Cofidis". Un resumen de las condiciones del préstamo se presenta en la Tabla 4.

Tabla 4: Resumen del préstamo para Connect-T

|                  |             |                 |          |
|------------------|-------------|-----------------|----------|
| Importe Neto     | \$44,000.00 | Tasa (anual)    | 12.29%   |
| Nº años          | 6           | Cuota (mensual) | 866.91 € |
| Periodos por año | 12          | TAE             | 13.01%   |
| Nº Periodos      | 72          | CER             | 0.130088 |

Fuente: Elaboración propia

### 8.2 Proyección de la cuenta de resultados.

Para elaborar la proyección de la cuenta de resultados de Connect-T, es crucial considerar todas las fuentes de ingreso disponibles: anuncios publicitarios, suscripciones premium, comisiones por contratación y tarifas por posicionamiento en la plataforma. La estimación de los ingresos publicitarios se basa en el análisis del tráfico continuo de la plataforma, utilizando como referencia el tráfico medio de cuatro competidores directos con modelos de negocio similares: Superprof, Fiverr, Webel y tus clases particulares. Según datos obtenidos a través de "similarweb" sobre el tráfico medio de estas plataformas durante los últimos tres meses (detallado en Anexos X), el tráfico nacional promedio es de 1,167,730 usuarios. Ajustando este número a la proporción de la población de la Comunidad de Madrid,

obtenemos un tráfico estimado de 176,326 personas para nuestra plataforma. Considerando la especificidad de nuestros servicios y el porcentaje del mercado que potencialmente utilizará nuestra plataforma según nuestro SOM (Service Addressable Market), estimamos un tráfico mensual de 100,152 usuarios. Con este dato y un CPM de 10 euros, calculamos los ingresos por publicidad, como se muestra en la Tabla 5.

Tabla 5: Cálculo de tráfico para Connect-T

|                      | Fórmula  | Usuarios   |
|----------------------|--|------------|
| Tráfico en España    | Proporcionado por "similarweb"                     | 1 167 730  |
| Tráfico en Madrid    | Trafico en España x población proporcional (15,1%) | 176 326    |
| Trafico en Connect-T | Trafico en Madrid x población deportiva (56,8%)    | 100 152    |
| Ingresos monetarios  | (Trafico de Connect-T/1000) X 10 (CPM)             | 1,001.52 € |

Fuente: Elaboración propia

Para conocer los otros tres valores de nuestras fuentes de ingreso es vital saber cuántos usuarios vamos a tener mensualmente, tanto usuarios clientes como usuarios profesionales. Para ello se buscó la cantidad de usuarios promedio en estas cuatro aplicaciones que tomamos como referencia, utilizando sus propias páginas web y mediante fuentes como el diario "El país" o "Forbes" obtuvimos que los usuarios clientes medios son 1325 al mes. Por otro lado, usando como referencia a las plataformas "Superprof" y "tusclasesparticulares" obtuvimos un número medio de profesionales que ofrecen sus servicios en el ámbito fitness en la Comunidad de Madrid, resultando en 1770 profesionales. Sin embargo, nosotros estimamos que nuestros usuarios iniciales serán un 15% menor que estos valores medios. Esto se observa de forma visual en la Tabla 6.

Tabla 6: Cálculo de usuarios de Connect-T

| Promedio de usuarios según la competencia |      | Valor estimado para Connect-T |      |
|---|------|-------------------------------|------|
| Usuarios clientes                         | 1325 | Usuarios clientes             | 1126 |
| Usuarios profesionales                    | 1770 | Usuarios profesionales        | 1504 |

Fuente: Elaboración propia

Para calcular los ingresos de Connect-T por suscripciones premium, se adopta una tasa de conversión del 5% de clientes gratuitos a clientes de pago, según un artículo de HubSpot. Esto resulta en 75 usuarios profesionales que contribuyen con 20 euros mensuales cada uno. Además, se espera que 56 usuarios opten por el plan "Basic+holistic" a 3 euros mensuales. En cuanto a las comisiones, con 1070 usuarios en el plan gratuito y un precio medio de servicio de 16 euros, la comisión del 15% genera un ingreso mensual de 2568 euros. Otro ingreso proviene de la tarifa de posicionamiento, donde el 5% de los usuarios elige esta opción, pagando cada uno 16,90 euros mensuales.

En cuestión a los gastos, por el lado del marketing tendremos gastos en SEM (según tarifa de SEMRUSH) y en publicidad, la cual tendrá una parte online y otra presencial. Además para el lado informático y tecnológico tendremos un software el cual se encargue de generar las estadísticas para aquellos usuarios que tengan la suscripción premium, este software será el SPSS Statistics de la empresa IBM, otro gasto es el almacenamiento de datos en la nube, para el cual usamos la empresa Dropbox, finalmente en recursos humanos tenemos los gastos de salarios y Seguridad Social. Todos estos ingresos y gastos están detallados y organizados en la Tabla 7.

Tabla 7: Ingresos y gastos de Connect-T

| Ingresos        |                         |
|-----------------|-------------------------|
| Anuncios        | 1,001.52 €              |
| Suscripciones   | 1,668.00 € (1500 + 168) |
| Comisiones      | 2,568.00 €              |
| Posicionamiento | 1,267.50 €              |
| <b>Total</b>    | <b>6,505.02 €</b>       |

| Gastos                |                 |
|-----------------------|-----------------|
| SEM                   | 200.00 €        |
| Publicidad            | 700.00 €        |
| Sueldos               | 15,450.00 €     |
| SS                    | 5,407.50 €      |
| Software estadísticas | 99.00 €         |
| Almacenamiento        | 72.00 €         |
| Préstamo              | 866.91 €        |
| <b>Total</b>          | <b>22795.41</b> |

Fuente: Elaboración propia

Proyectando los ingresos y gastos durante el primer año, en cuestión de los salarios, después de los primeros cinco meses, los salarios se reducen ya que la aplicación estaría terminada y el contrato con los desarrolladores finaliza, además se añade un gasto por mantenimiento del software por una empresa externalizada. Los ingresos están previstos para tener un crecimiento mensual del 5% durante los primeros seis meses, para luego tener un crecimiento del 10%. Los gastos e ingresos del primer año se observan en la Tabla 8.

**Tabla 8: Ingresos y gastos del primer año**

| Gastos               | Mes 1              | Mes 2              | Mes 3              | Mes 4              | Mes 5              | Mes 6              | Mes 7              | Mes 8              | Mes 9              | Mes 10             | Mes 11             | Mes 12             | TOTAL               |
|----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
| SEM                  | 200.00 €           | 200.00 €           | 200.00 €           | 200.00 €           | 200.00 €           | 200.00 €           | 200.00 €           | 200.00 €           | 200.00 €           | 200.00 €           | 200.00 €           | 200.00 €           | 2,400.00 €          |
| Publicidad           | 700.00 €           | 700.00 €           | 700.00 €           | 700.00 €           | 700.00 €           | 700.00 €           | 700.00 €           | 700.00 €           | 700.00 €           | 700.00 €           | 700.00 €           | 700.00 €           | 8,400.00 €          |
| Sueldos              | 15,450.00 €        | 15,450.00 €        | 15,450.00 €        | 15,450.00 €        | 15,450.00 €        | 7,350.00 €         | 7,350.00 €         | 7,350.00 €         | 7,350.00 €         | 7,350.00 €         | 7,350.00 €         | 7,350.00 €         | 128,700.00 €        |
| SS                   | 5,407.50 €         | 5,407.50 €         | 5,407.50 €         | 5,407.50 €         | 5,407.50 €         | 2,572.50 €         | 2,572.50 €         | 2,572.50 €         | 2,572.50 €         | 2,572.50 €         | 2,572.50 €         | 2,572.50 €         | 45,045.00 €         |
| Software estadístico | 99.00 €            | 99.00 €            | 99.00 €            | 99.00 €            | 99.00 €            | 99.00 €            | 99.00 €            | 99.00 €            | 99.00 €            | 99.00 €            | 99.00 €            | 99.00 €            | 1,188.00 €          |
| Almacenamiento       | 72.00 €            | 72.00 €            | 72.00 €            | 72.00 €            | 72.00 €            | 72.00 €            | 72.00 €            | 72.00 €            | 72.00 €            | 72.00 €            | 72.00 €            | 72.00 €            | 864.00 €            |
| Préstamo             | 866.91 €           | 866.91 €           | 866.91 €           | 866.91 €           | 866.91 €           | 866.91 €           | 866.91 €           | 866.91 €           | 866.91 €           | 866.91 €           | 866.91 €           | 866.91 €           | 10,402.92 €         |
| <b>Total</b>         | <b>22,795.41 €</b> | <b>11,860.41 €</b> | <b>196,999.92 €</b> |

| Ingresos        | Mes 1             | Mes 2             | Mes 3             | Mes 4             | Mes 5             | Mes 6             | Mes 7             | Mes 8              | Mes 9              | Mes 10             | Mes 11             | Mes 12             | TOTAL               |
|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
| Anuncios        | 1,001.52 €        | 1,051.60 €        | 1,104.18 €        | 1,159.38 €        | 1,217.35 €        | 1,278.22 €        | 1,406.04 €        | 1,546.65 €         | 1,701.31 €         | 1,871.44 €         | 2,058.59 €         | 2,264.45 €         | 17,660.74 €         |
| Suscripciones   | 1,668.00 €        | 1,751.40 €        | 1,838.97 €        | 1,930.92 €        | 2,027.46 €        | 2,128.84 €        | 2,341.72 €        | 2,575.89 €         | 2,833.48 €         | 3,116.83 €         | 3,428.51 €         | 3,771.37 €         | 29,413.40 €         |
| Comisiones      | 2,568.00 €        | 2,696.40 €        | 2,831.22 €        | 2,972.78 €        | 3,121.42 €        | 3,277.49 €        | 3,605.24 €        | 3,965.76 €         | 4,362.34 €         | 4,798.57 €         | 5,278.43 €         | 5,806.28 €         | 45,283.94 €         |
| Posicionamiento | 1,267.50 €        | 1,330.88 €        | 1,397.42 €        | 1,467.29 €        | 1,540.65 €        | 1,617.69 €        | 1,779.46 €        | 1,957.40 €         | 2,153.14 €         | 2,368.46 €         | 2,605.30 €         | 2,865.83 €         | 22,351.01 €         |
| <b>Total</b>    | <b>6,505.02 €</b> | <b>6,830.27 €</b> | <b>7,171.78 €</b> | <b>7,530.37 €</b> | <b>7,906.89 €</b> | <b>8,302.24 €</b> | <b>9,132.46 €</b> | <b>10,045.71 €</b> | <b>11,050.28 €</b> | <b>12,155.31 €</b> | <b>13,370.84 €</b> | <b>14,707.92 €</b> | <b>114,709.08 €</b> |

Fuente: Elaboración propia

Después del primer año, nosotros vamos a ampliar nuestros servicios a otras tres ciudades con mayor demanda de entrenadores de España, las cuales son Barcelona, Valencia y Sevilla, aplicando el mismo cálculo usado anteriormente, los usuarios estimados de Connect-T en cada ciudad se muestran en la Tabla 9.

**Tabla 9: Usuarios de Connect-T en Barcelona, Valencia y Sevilla**

| Promedio de usuarios según la competencia |                   |                        | Valor estimado para Connect-T |                   |                        |
|---|-------------------|------------------------|-------------------------------|-------------------|------------------------|
| Ciudad                                    | Usuarios clientes | Usuarios profesionales | Ciudad                        | Usuarios clientes | Usuarios profesionales |
| Barcelona                                 | 638               | 1250                   | Barcelona                     | 542               | 1062                   |
| Valencia                                  | 248               | 793                    | Valencia                      | 210               | 674                    |
| Sevilla                                   | 107               | 500                    | Sevilla                       | 90                | 425                    |

Fuente: Elaboración propia

Carlos Henrique Ribeiro Da Rocha y Manuel Guevara Salazar

A continuación se muestra la Tabla 10 con los ingresos mensuales estimados por cada ciudad, teniendo en cuenta los datos de la Tabla 9.

Tabla 10: Ingresos de Connect-T en Barcelona, Valencia y Sevilla

| Barcelona       |                   |           | Valencia        |                   |          | Sevilla         |                   |          |
|-----------------|-------------------|-----------|-----------------|-------------------|----------|-----------------|-------------------|----------|
| Anuncios        | 887.47 €          |           | Anuncios        | 373.67 €          |          | Anuncios        | 163.48 €          |          |
| Suscripciones   | 1,141.00 €        | (1060+81) | Suscripciones   | 690.00 €          | (660+30) | Suscripciones   | 432.00 €          | (420+12) |
| Comisiones      | 1,236.00 €        |           | Comisiones      | 480.00 €          |          | Comisiones      | 206.40 €          |          |
| Posicionamiento | 895.70 €          |           | Posicionamiento | 557.70 €          |          | Posicionamiento | 354.90 €          |          |
| <b>Total</b>    | <b>4,160.17 €</b> |           | <b>Total</b>    | <b>2,101.37 €</b> |          | <b>Total</b>    | <b>1,156.78 €</b> |          |

Fuente: Elaboración propia

Sumado a lo anterior se muestra la Tabla 11, donde se establecen las previsiones de crecimiento, teniendo en cuenta la expansión hacia otras tres ciudades, el segundo año tendrá un crecimiento mayor, siendo esto correspondiente con el incremento en los gastos de software y de almacenamiento debido a la expansión de la plataforma. Al igual incrementarán los sueldos ya que necesitaremos ampliar el personal para gestionar el buen funcionamiento de la aplicación en las nuevas ciudades. A todo esto, se añadirá un 3,5% de crecimiento de la inflación.

Tabla 11: Crecimiento de ingresos y gastos

| <b>Crecimiento ingresos</b> | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | <b>Crecimiento de gastos</b> | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------------------|-------|-------|-------|-------|------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Anuncios                    | 62%   | 50%   | 40%   | 30%   | SEM                          | 30%   | 10%   | 3.5%  | 3.5%  |
| Suscripciones               | 60%   | 40%   | 20%   | 15%   | Publicidad                   | 20%   | 3.5%  | 3.5%  | 3.5%  |
| Comisiones                  | 33%   | 30%   | 20%   | 10%   | Sueldos                      | 56%   | 15%   | 3.5%  | 3.5%  |
| Posicionamiento             | 63%   | 35%   | 20%   | 15%   | SS                           | 56%   | 15%   | 3.5%  | 3.5%  |
|                             |       |       |       |       | Software estadísticas        | 50%   | 20%   | 10%   | 10%   |
|                             |       |       |       |       | Almacenamiento               | 14%   | 14%   | 14%   | 14%   |
|                             |       |       |       |       | Préstamo                     | 0%    | 0%    | 0%    | 0%    |

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se muestra la inversión de Connect-T (Tabla 12), la cual tiene un periodo de amortización de seis años (uso máximo posible según Hacienda).



Fuente: Elaboración propia con plantilla de asignatura “Gestión financiera”, Grado en Gestión Deportiva (Universidad Europea)

Observando los datos de la Tabla 13, se establece la valoración del proyecto en cuanto al plazo de recuperación, VAN (Valor Actual Neto) y TIR (Tasa Interna de Retorno), resultando un proyecto económicamente factible según las previsiones establecidas, esto se observa en la Tabla 14.

Tabla 14: Valoración del proyecto

|                              |                   |            |                       |              |
|------------------------------|-------------------|------------|-----------------------|--------------|
| <b>Plazo de Recuperación</b> | <b>4.45</b>       | Años       | <b>Tasa Descuento</b> | <b>8.83%</b> |
| <b>VAN</b>                   | <b>6,845.86 €</b> | Efectuable |                       |              |
| <b>TIR</b>                   | <b>10.13%</b>     | Efectuable |                       |              |

Fuente: Elaboración propia a partir de plantilla de la asignatura “Gestión financiera”, Grado en Gestión Deportiva (Universidad Europea)

#### 8.4 Balance de situación

Para finalizar con la valoración, en la Tabla 15 se muestra el Balance de la situación para el año 1 del proyecto.

Tabla 15: Balance del año 1 de Connect-T

| <b>BALANCE</b>  |                     |                    |                 |
|-----------------|---------------------|--------------------|-----------------|
| <b>Activo</b>   |                     | <b>Pasivo+Neto</b> |                 |
|                 | Activo no corriente | Recursos Propios   | 10,260 €        |
|                 |                     | Capital social     | 10,260 €        |
| 44,000 €        | Software            |                    |                 |
|                 |                     | Recursos Ajenos    | 43,740 €        |
|                 | Activo Corriente    | Préstamo bancario  | 43,740 €        |
|                 |                     |                    |                 |
| 10,000 €        | Tesorería           |                    |                 |
| <b>54,000 €</b> | <b>TOTAL</b>        | <b>TOTAL</b>       | <b>54,000 €</b> |

Fuente: Elaboración propia a partir de plantilla de asignatura “Gestión financiera”, Grado en Gestión Deportiva (Universidad Europea)

#### 8.5 Análisis de hipótesis

Por último, la Tabla 16 muestra la valoración del proyecto según las hipótesis en tres escenarios, más probable, optimista y pesimista, para el escenario optimista se

incrementaron los ingresos un 15% y para el pesimista se disminuyeron un 15%. Esto se observa en el Anexo XI.

Tabla 16: Valoración de escenarios económicos

| <b>Resumen del escenario</b> |              |               |              |
|------------------------------|--------------|---------------|--------------|
|                              | Más probable | Pesimista     | Optimista    |
| <b>Ingresos año 1</b>        |              |               |              |
| <b>Anuncios</b>              | 17,661 €     | 15,012 €      | 20,310 €     |
| <b>Suscripciones</b>         | 29,413 €     | 25,001 €      | 33,825 €     |
| <b>Comisiones</b>            | 45,284 €     | 38,491 €      | 52,077 €     |
| <b>Posicionamiento</b>       | 22,351 €     | 18,998 €      | 25,704 €     |
| <b>Ingresos anuales</b>      |              |               |              |
| <b>Año 1</b>                 | 114,709.08 € | 97,502.95 €   | 131,915.39 € |
| <b>Año 2</b>                 | 177,765.69 € | 151,101.21 €  | 204,430.46 € |
| <b>Año 3</b>                 | 259,722.23 € | 220,764.44 €  | 298,680.45 € |
| <b>Año 4</b>                 | 372,663.16 € | 316,764.48 €  | 428,562.48 € |
| <b>Año 5</b>                 | 483,996.76 € | 411,398.33 €  | 556,596.09 € |
| <b>Gastos anuales</b>        |              |               |              |
| <b>Año 1</b>                 | 196,999.92 € | 196,999.92 €  | 196,999.92 € |
| <b>Año 2</b>                 | 216,591.78 € | 216,591.78 €  | 216,591.78 € |
| <b>Año 3</b>                 | 236,395.57 € | 236,395.57 €  | 236,395.57 € |
| <b>Año 4</b>                 | 244,431.99 € | 244,431.99 €  | 244,431.99 € |
| <b>Año 5</b>                 | 252,761.53 € | 252,761.53 €  | 252,761.53 € |
| <b>Plazo de recuperación</b> | 4.45         | 4.87          | 1.40         |
| <b>VAN</b>                   | 6,845.86 €   | -38,141.07 €  | 51,833.29 €  |
| <b>Efectuabilidad</b>        | Efectuable   | No Efectuable | Efectuable   |
| <b>TIR</b>                   | 10.13%       | 3.16%         | 21.74%       |

Fuente: Elaboración propia

## 9. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

La responsabilidad social de Connect-T se centra en su interacción con el entorno y las comunidades donde opera, abarcando tres áreas clave: social, económica y medioambiental. Nuestra empresa se compromete a implementar diversas estrategias para abordar estos aspectos y contribuir positivamente a la sociedad y al medio ambiente.

En el ámbito social, Connect-T se enfocará en apoyar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), particularmente el ODS número 3, "Salud y bienestar", y el ODS número 4, "Educación de calidad". A través de nuestra plataforma, buscamos promover un estilo de vida saludable y activo, proporcionando acceso a recursos de

entrenamiento y nutrición, así como a la educación en materia de salud y bienestar. Además, colaboraremos con organizaciones y expertos en salud para ofrecer programas y recursos especializados que beneficien a nuestra comunidad de usuarios.

En el aspecto económico, Connect-T se compromete a contribuir al ODS número 8, "Trabajo decente y crecimiento económico". Esto se logrará mediante la creación de oportunidades de empleo para entrenadores y profesionales del fitness, así como a través de colaboraciones con clubes deportivos locales para impulsar su desarrollo económico y proporcionarles herramientas y recursos para profesionalizar su gestión.

En cuanto al ámbito medioambiental, nuestra empresa se enfocará en el ODS número 13, "Acción por el clima". Implementaremos acciones como la compensación de emisiones de carbono a través de la inversión en proyectos de conservación ambiental y la promoción de prácticas sostenibles entre nuestros usuarios y colaboradores. Además, nos comprometemos a minimizar nuestro impacto ambiental en todas nuestras operaciones, desde el diseño de la plataforma hasta la logística y el embalaje de productos.

Además, Connect-T se compromete a seleccionar y trabajar únicamente con empresas y proveedores que compartan nuestros valores de responsabilidad social y sostenibilidad. Buscaremos colaborar con socios que tengan políticas y prácticas sólidas en materia de responsabilidad social, asegurando así que todas nuestras operaciones estén alineadas con nuestros objetivos sociales, económicos y medioambientales.

### 10. CRONOGRAMA (T0-START)

| Actividades   | Responsables    | Duración   | Semana 1                                  | Semana 2 | Semana 3 | Semana 4 | Semana 5 | Semana 6 | Semana 7 | Semana 8 | Semana 9 | Semana 10 | Semana 11 | Semana 12 | Semana 13 | Semana 14 | Semana 15 | Semana 16 | Semana 17 | Semana 18 | Semana 19 | Semana 20 | Semana 21 | Semana 22 | Semana 23 | Semana 24 |   |
|---|-----------------|------------|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---|
|   |                 |            | <b>Planificación y Estudio de Mercado</b> |          |          |          |          |          |          |          |          |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |   |
| Realizar un estudio exhaustivo del mercado objetivo y la competencia  | Socios          | 2 Semanas  | ■   | ■        |          |          |          |          |          |          |          |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |   |
| Identificar las necesidades y preferencias del público objetivo   | Socios          | 2 Semanas  | ■   | ■        |          |          |          |          |          |          |          |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |   |
| Definir los objetivos a corto, medio y largo plazo basados en los hallazgos del estudio de mercado                                    | Socios          | 1 Semana   |   |          | ■        |          |          |          |          |          |          |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |   |
| Establecer la visión y misión de la empresa en función de los resultados obtenidos  | Socios          | 1 Semana   |   |          |          | ■        |          |          |          |          |          |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |   |
| <b>Desarrollo de Marca y Identidad Corporativa</b>  |                 |            |   |          |          |          |          |          |          |          |          |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |   |
| Diseñar el logotipo y los elementos visuales de la marca  | Socios          | 1 Semana   |   |          |          |          | ■        |          |          |          |          |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |   |
| Desarrollar el tono de voz y el mensaje de la marca, alineados con los hallazgos del estudio de mercado                               | Socios          | 1 Semana   |   |          |          |          | ■        |          |          |          |          |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |   |
| Crear el sitio web y las redes sociales, optimizándolos para atraer al público objetivo   | Jefe Marketing  | 2 Semanas  |   |          |          |          |          | ■        | ■        |          |          |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |   |
| Establecer las políticas de comunicación y atención al cliente basadas en las necesidades identificadas                               | Jefe Marketing  | 1 Semana   |   |          |          |          |          | ■        |          |          |          |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |   |
| <b>Desarrollo de la Plataforma</b>  |                 |            |   |          |          |          |          |          |          |          |          |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |   |
| Contratar a los desarrolladores y comenzar el desarrollo de la plataforma   | Desarrolladores | 1 Semana   | ■   |          |          |          |          |          |          |          |          |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |   |
| Realizar pruebas de usabilidad y retroalimentación de usuarios para garantizar que la plataforma sirva                                | Desarrolladores | 23 Semanas | ■   | ■        | ■        | ■        | ■        | ■        | ■        | ■        | ■        | ■         | ■         | ■         | ■         | ■         | ■         | ■         | ■         | ■         | ■         | ■         | ■         | ■         | ■         | ■         | ■ |
| Establecer la infraestructura tecnológica necesaria para soportar la plataforma y garantizar la seguridad de los datos                | Desarrolladores | 23 Semanas | ■   | ■        | ■        | ■        | ■        | ■        | ■        | ■        | ■        | ■         | ■         | ■         | ■         | ■         | ■         | ■         | ■         | ■         | ■         | ■         | ■         | ■         | ■         | ■         | ■ |
| <b>Estrategias de Marketing</b>   |                 |            |   |          |          |          |          |          |          |          |          |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |   |
| Desarrollar la estrategia de marketing y publicidad basada en los hallazgos del estudio de mercado                                    | Jefe Marketing  | 4 Semanas  |   |          |          |          |          |          |          | ■        | ■        | ■         | ■         |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |   |
| Crear contenido promocional y anuncios adaptados a las preferencias del público objetivo  | Jefe Marketing  | 2 Semanas  |   |          |          |          |          |          |          |          |          |           |           | ■         | ■         |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |   |
| Preparar eventos de lanzamiento y campañas de relaciones públicas para generar expectación en el mercado                              | Jefe Marketing  | 2 Semanas  |   |          |          |          |          |          |          |          |          |           |           |           |           | ■         | ■         |           |           |           |           |           |           |           |           |           |   |
| Establecer programas de afiliados y promociones de lanzamiento para atraer nuevos usuarios  | Jefe Marketing  | 1 Semana   |   |          |          |          |          |          |          |          |          |           |           |           |           |           | ■         |           |           |           |           |           |           |           |           |           |   |
| <b>Pruebas finales y optimización</b>   |                 |            |   |          |          |          |          |          |          |          |          |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |   |
| Realizar pruebas finales de la plataforma y corregir cualquier error o defecto  | Desarrolladores | 4 Semanas  |   |          |          |          |          |          |          |          |          |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           | ■         | ■         | ■         | ■         |   |
| Optimizar el rendimiento del sitio web y la velocidad de carga para una experiencia de usuario óptima                                 | Desarrolladores | 4 Semanas  |   |          |          |          |          |          |          |          |          |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           | ■         | ■         | ■         | ■         |   |
| Capacitar al equipo de atención al cliente y preparar los materiales de soporte para el lanzamiento                                   | CTO             | 2 Semanas  |   |          |          |          |          |          |          |          |          |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |   |
| Finalizar los acuerdos con proveedores y socios estratégicos en función de los hallazgos del estudio de mercado                       | CEO             | 4 Semanas  |   |          |          |          |          |          |          |          |          |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |   |
| <b>Lanzamiento y seguimiento</b>  |                 |            |   |          |          |          |          |          |          |          |          |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |   |
| Lanzar oficialmente la plataforma y promocionar el servicio utilizando las estrategias de marketing desarrolladas                     | CTO             | 1 Semana   |   |          |          |          |          |          |          |          |          |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           | ■ |
| Monitorear activamente el rendimiento de la plataforma y recopilar retroalimentación de los usuarios para realizar ajustes necesarios | Desarrolladores | 2 Semanas  |   |          |          |          |          |          |          |          |          |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           | ■ |
| Implementar estrategias de captación de usuarios y retención basadas en los datos obtenidos del estudio de mercado                    | Jefe Marketing  | 4 Semanas  |   |          |          |          |          |          |          |          |          |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           | ■ |
| Analizar métricas clave y ajustar la estrategia de lanzamiento según los resultados obtenidos del lanzamiento inicial                 | CTO             | 1 Semana   |   |          |          |          |          |          |          |          |          |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           | ■ |

Fuente: Elaboración propia

Carlos Henrique Ribeiro Da Rocha y Manuel Guevara Salazar

## 11. CONCLUSIONES

En conformidad con todo lo planteado en el presente trabajo se puede concluir que, Connect-T emerge como una plataforma que no solo atiende las necesidades actuales del mercado fitness sino que aspira a transformar el sector, ofreciendo un servicio de calidad y una experiencia diferenciada. Se ha identificado que, aunque existe un interés creciente por parte de la población en mejorar su condición física, existen barreras como la falta de motivación y el desconocimiento sobre cómo empezar, las cuales Connect-T busca superar estableciendo una comunidad vibrante donde profesionales y usuarios puedan interactuar y crecer conjuntamente. Las fortalezas del proyecto residen en la complementariedad de habilidades de los fundadores, su red de contactos y su pasión compartida por el deporte y la salud. Sin embargo, se identifican áreas de mejora, especialmente en informática y software, las cuales son vitales para la operatividad y expansión de la plataforma. La capacitación continua y el desarrollo de habilidades específicas son esenciales para mantenerse al día en el competitivo ámbito deportivo y tecnológico.

Para el funcionamiento óptimo, se resalta la importancia de fomentar la captación de clientes y profesionales mediante estrategias de marketing digital y presencia en eventos específicos. La personalización de la conexión y el desarrollo de contenido educativo regular son claves para una retención efectiva de usuarios.

Connect-T puede fortalecer su posición en el mercado mediante la integración de funcionalidades de inteligencia artificial, como sistemas de recomendación personalizados y análisis predictivo del comportamiento del usuario. Esto no solo aumentará la relevancia del servicio ofrecido, sino que también mejorará la experiencia del usuario, alineando las ofertas de la plataforma con las necesidades individuales y tendencias del mercado del fitness. La implementación de estas tecnologías avanzadas representa una acción decisiva para nuestra mejora y expansión.

## 12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Anuario de Estadísticas Deportivas 2023. (2023). Ministerio de Cultura y Deporte. División de Estadística y Estudios, Secretaría General Técnica Ministerio de Cultura y Deporte. [PDF](<https://www.educacionfpydeportes.gob.es/dam/jcr:c623c493-de28-4973-8f8a-62ed8b8f9b03/aed-2023.pdf>)

Ball, J. W., Bice, M. R., & Parry, T. (2014). Adults' motivation for physical activity: Differentiating motives for exercise, sport, and recreation. *Recreational Sports Journal*, 38(2), 130-142.

Cortés, A. S., Correa-Díaz, A. M., Benjumea-Arias, M. L., Valencia-Arias, A., & Bran-Piedrahita, L. (2017). Motivational factors and effects associated with physical-sport practice in undergraduate students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 237, 811-815.

Health benefits of physical activity: the evidence. (2006). Warburton, D. E., Nicol, C. W., & Bredin, S. S. *Cmaj*, 174(6), 801-809.

Influencia del uso de la tecnología en la adherencia de la práctica física sobre los usuarios de centros de fitness (Doctoral dissertation, Universidad de Lleida). Torrente, M. V. (2020).

Knittle, K., Nurmi, J., Crutzen, R., Hankonen, N., Beattie, M., & Dombrowski, S. U. (2018). How can interventions increase motivation for physical activity? A systematic review and meta-analysis. *Health psychology review*, 12(3), 211-230.

Pérez Púa, Y. (2023). Propuesta metodológica, para mejorar la competitividad, a través de la digitalización del capital humano de los centros fitness.

Said, C. M., Batchelor, F., & Duque, G. (2020). Physical activity and exercise for older people during and after the coronavirus disease 2019 pandemic: a path to recovery. *Journal of the American Medical Directors Association*, 21(7), 977-979.

Transformación digital en las empresas: una revisión conceptual. Medina-Chicaiza, P., Chango-Guanoluisa, M., Corella-Cobos, M., & Guizado-Toscano, D. (2022).

## 12.1 Webgrafía

Asesorus. (2022, 11 mayo). Pasos y requisitos al constituir una Sociedad Limitada. [Asesorus](<https://www.asesorus.es/pasos-requisitos-crear-sl/>)

BOE-A-2002-13758 Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. (2002, 11 julio). [BOE](<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2002-13758>)

BOE-A-2018-16673 Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. (2018, 5 diciembre). [BOE](<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2018-16673>)

Clavijo, C. (2023, 23 junio). Qué es el modelo freemium (y 7 empresas que lo utilizan con éxito). [HubSpot](<https://blog.hubspot.es/sales/que-es-freemium>)

Descubre el precio del mantenimiento informático para tu negocio. (s. f.).  
[Cronoshare](<https://www.cronoshare.com/cuanto-cuesta/mantenimiento-informatico-empresas>)

Descubre el precio del mantenimiento informático para tu negocio. (2024, 14 enero).  
[Cronoshare](<https://www.cronoshare.com/cuanto-cuesta/mantenimiento-informatico-empresas>)

El poder adquisitivo en España, un 7% por debajo de la media europea. (2023, 3 noviembre).  
[GFK](<https://www.gfk.com/es/prensa/gfk-purchasing-power-2023>)

GeekyDrop. (s. f.). [GeekyDrop](<https://geekydrop.com/app/faq>)

IPC de España 2024. (s. f.).  
[Datosmacro](<https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/espana>)

La demanda de entrenadores personales crece desde el estallido de la pandemia. (2021, 18 junio). [Women's Health](<https://www.womenshealthmag.com/es/salud-bienestar/a36752840/demanda-entrenadores-personales-pandemia/>)

Lualcala. (2017, 17 mayo). CADENA DE VALOR. ANALISIS y DIAGNOSTICO MADBOX CROSSFIT. [Planeación Estratégica Madbox](<https://planeacionestrategicamadbox.wordpress.com/2017/05/17/cadena-de-valor/>)

Carlos Henrique Ribeiro Da Rocha y Manuel Guevara Salazar

Precios - IBM SPSS Statistics. (s. f.).  
[IBM](<https://www.ibm.com/es-es/products/spss-statistics/pricing>)

Precio SEM – ¿Cuál es el presupuesto más adecuado para Adwords? (2023,  
12 noviembre).  
[Marketinhouse](<https://www.marketinhouse.es/precio-sem-presupuesto-adwords/>)

Redacción, nacion.pa@epasa.com, @panamaamerica & Redacción,  
nacion.pa@epasa.com, @panamaamerica. (2023, 20 abril). Forbes destaca  
marketplace creado por Mayer Mizrachi. [Panamá  
América](<https://www.panamaamerica.com.pa/nacion/forbes-destaca-marketplace-creado-por-mayer-mizrachi-1220883>)

Reglamento de Servicios Digitales de la UE. (s. f.). [Comisión  
Europea]([https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act\\_es](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act_es))

Ríos, G. T. (2023, 12 noviembre). Precio SEM – ¿Cuál es el presupuesto más  
adecuado para Adwords?  
[Marketinhouse](<https://www.marketinhouse.es/precio-sem-presupuesto-adwords/>)

Seis de cada diez personas en España practicaron deporte en el último año.  
(2022, 15 diciembre). [Consejo Superior de Deportes  
(CSD)](<https://www.csd.gob.es/es/seis-de-cada-diez-personas-en-espana-practicaron-deporte-en-el-ultimo-ano>)

Sierra, I. (2021, 18 junio). La demanda de entrenadores personales crece desde el estallido de la pandemia. [Women's Health](<https://www.womenshealthmag.com/es/salud-bienestar/a36752840/demanda-entrenadores-personales-pandemia/>)

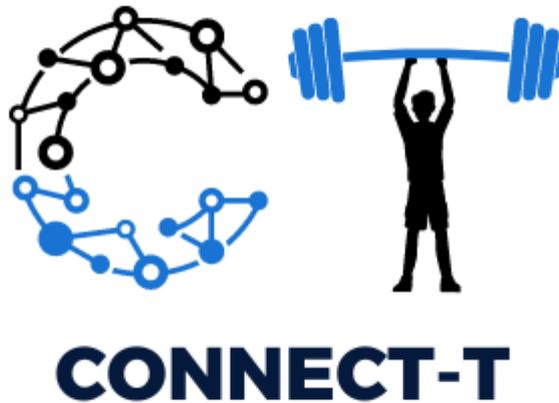
Shad, A. A. (s. f.). The Ultimate Guide to Improving Freemium Conversion Rate for SaaS. [Userpilot](<https://userpilot.com/blog/freemium-conversion-rate/>)

¿Qué es la automatización inteligente? | IBM. (s. f.). [IBM](<https://www.ibm.com/es-es/topics/intelligent-automation>)

13. ANEXOS

13.1 Anexo I Logo de Connect-T

Figura A.1.1 Logo de connect-T



Fuente: Elaboración propia

13.2 Anexo II Habilidades y áreas de mejora de los emprendedores

Tabla A.2.1 Habilidades y las áreas de mejora de ambos emprendedores.

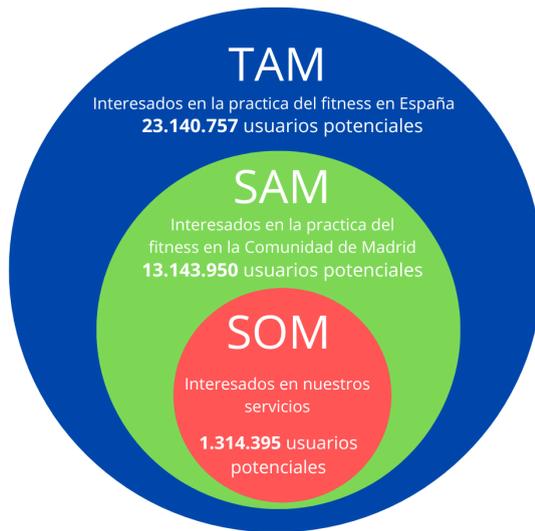
| Emprendedor | Habilidades                          |   | Habilidades Conjuntas |  | Áreas de Mejora Conjunta               |  |
|-------------|--------------------------------------|---|-----------------------|--|--|--|
| Carlos      | Entrenador de Fútbol                 | Conocimiento del mundo del deporte, las necesidades de los atletas y las dinámicas de entrenamiento.  | Complementariedad     | Combinación de habilidades en fútbol y tenis, así como la especialización en nutrición servirán para que la plataforma sea inclusiva y versátil.   | Conocimiento en Informática y Software | Reconocen que la falta de experiencia en informática y desarrollo de software es una área de mejora clave para llevar a cabo el proyecto de manera efectiva. |
|             | Conexiones en la comunidad deportiva | Red de contactos en el ámbito futbolístico facilita la captación de profesionales y usuarios dentro de esta disciplina  |                       |  |  |  |
|             | Pasión y Motivación                  | Pasión por el deporte y el deseo de inspirar a otros se traducen en una motivación constante para hacer de Connect-T una herramienta impactante en la vida de las personas                              | Red de Contactos      | La red de contactos tanto en el fútbol como en el tenis proporciona una base sólida para reclutar profesionales y usuarios iniciales   |  |  |
| Manuel      | Entrenador de Tenis y Nutricionista  | Combinación de habilidades de entrenador de tenis y conocimientos en nutrición amplían el alcance de Connect-T  | Pasión Compartida     | La pasión compartida por el deporte y el deseo de impactar positivamente en la vida de las personas crea un ambiente colaborativo y motivador, esencial para el éxito de un proyecto como Connect-T. | Capacitación Continua                  | Están dispuestos a buscar formación y adquirir conocimientos adicionales en el área tecnológica para optimizar el desarrollo y la gestión de la plataforma   |
|             | Conocimientos en Nutrición           | La formación en nutrición de Manuel añade valor al proyecto al poder ofrecer asesoramiento adicional sobre la importancia de la alimentación equilibrada en el rendimiento físico y la salud en general |                       |  |  |  |
|             | Enfoque Holístico                    | Enfoque integral hacia la salud, combinando la actividad física con la nutrición, contribuye a la visión general de Connect-T   |                       |  |  |  |

Carlos Henrique Ribeiro Da Rocha y Manuel Guevara Salazar

Fuente: Elaboración propia

### 13.3 Anexo III TAM SAM SOM

Figura A.3.1 TAM SAM SOM de Connect-T



Fuente: Elaboración propia

13.4 Anexo IV Tarifas de Connect-T

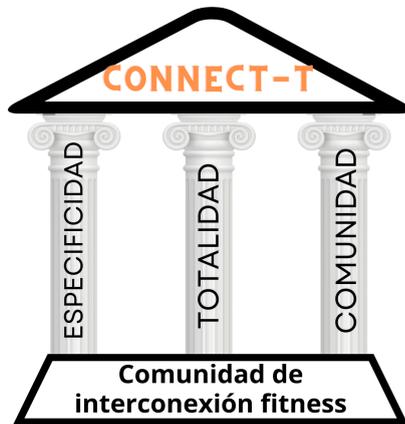
Figura A.4.1 Diferentes planes de Connect-T



Fuente: Elaboración propia

### 13.5 Anexo V Pilares de Connect-T

Figura A.5.1: Pilares fundamentales de Connect-T



Fuente: Elaboración propia

### 13.6 Anexo VI Buyer persona

Los Buyer Personas de los diferentes tipos de clientes de Connect-T se muestran en las figuras A.6.1 - A.6.3

Figura A.6.1: Buyer Persona “Cliente practicante”



Fuente: Elaboración propia

Figura A.6.2: Buyer persona “Cliente profesional”

**CARACTERISTICAS**

- Profesionales del sector fitness, nutrición, fisioterapia y psicología
- Apasionados por ayudar a otros a alcanzar sus metas de salud y bienestar
- Buscan expandir su alcance de clientes a través de plataformas digitales
- Interesados en las últimas tendencias y tecnologías que pueden mejorar su oferta de servicios.

**CANALES DE ACCESO**

- Redes sociales profesionales
- Eventos y conferencias del sector
- Publicaciones especializadas en fitness y bienestar.

**OBJETIVOS**

- Ampliar su base de clientes
- Mejorar su visibilidad en el mercado
- Compartir su metodología única y especializada
- Formar parte de una red profesional de calidad.

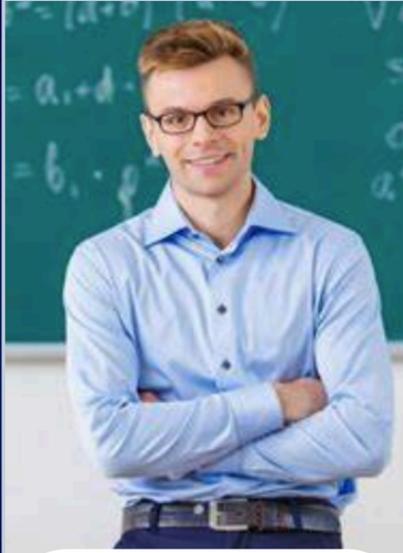
**¿CÓMO SE ENTERARON DE NUESTROS SERVICIOS?**

- Foros profesionales
- Conferencias del sector,
- Redes sociales profesionales como LinkedIn
- Boca a boca entre colegas que ya han experimentado el crecimiento de su clientela mediante la plataforma.

**Cliente profesional**

Fuente: Elaboración propia

Figura A.6.3: Buyer persona “Cliente educador”



**CARACTERÍSTICAS**

- Expertos y formadores en el ámbito del fitness, nutrición, fisioterapia y psicología
- Dedicados a la enseñanza y capacitación profesional
- Experiencia y conocimientos avanzados
- Están comprometidos con la educación continua y la innovación en sus campos de estudio.

**CANALES DE ACCESO**

- Plataformas educativas online
- Asociaciones profesionales
- Canales de YouTube dedicados a la educación en salud y fitness.

**OBJETIVOS**

- Ofrecer sus cursos y programas de formación a una audiencia más amplia
- Conectarse con profesionales y practicantes deseosos de formarse o especializarse
- Contribuir al desarrollo y profesionalización del sector del fitness y bienestar.

**¿CÓMO SE ENTERARON DE NUESTROS SERVICIOS?**

- Redes académicas,
- Colaboraciones con instituciones educativas
- Participación en paneles o seminarios web sobre educación y formación en el ámbito del bienestar.

**Cliente educador**

Fuente: Elaboración propia

### 13.7 Anexo VI Mockup de interfaz de Connect-T

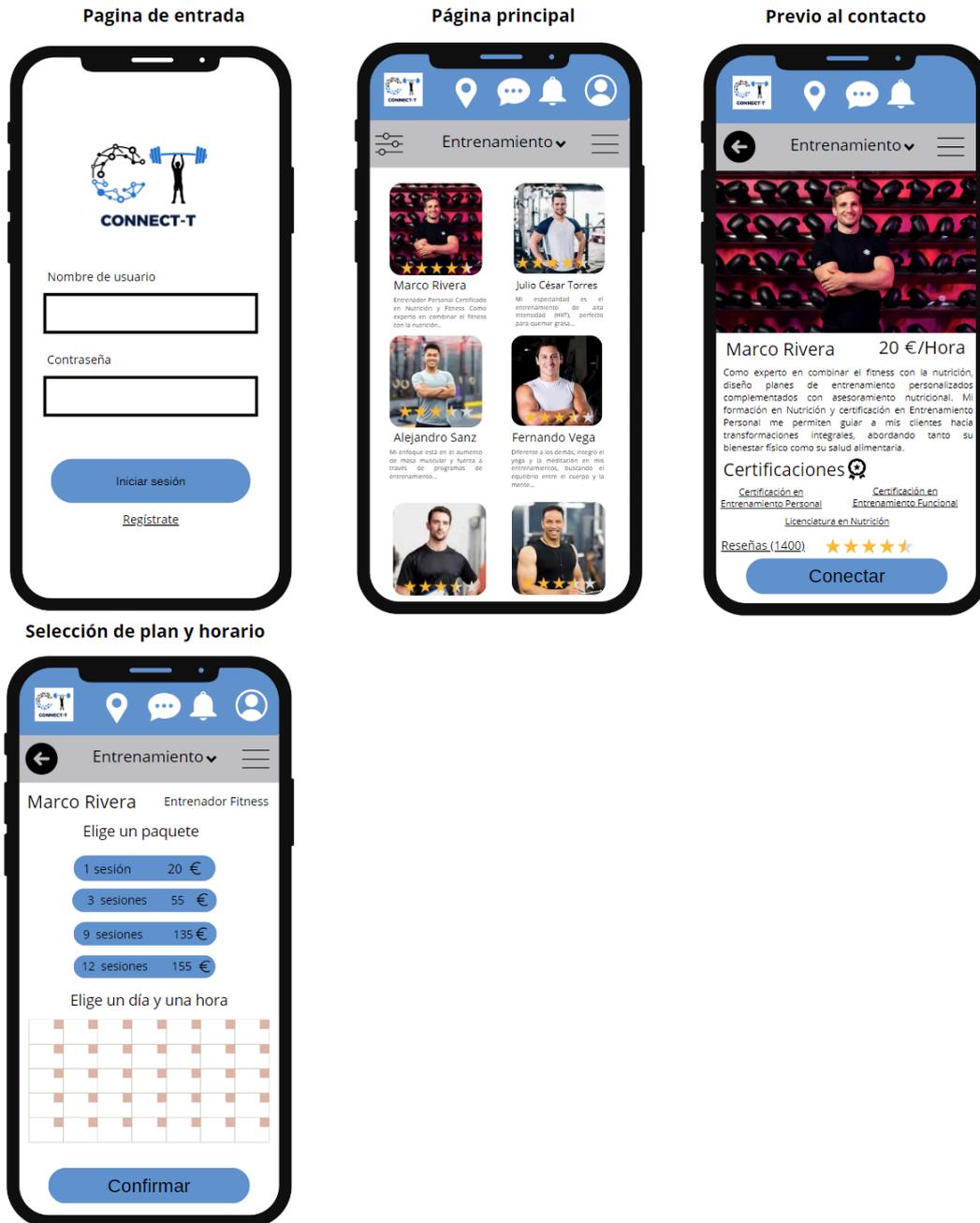
Figura A.7.1 Mockup de Landing page



Fuente: Elaboración propia

Carlos Henrique Ribeiro Da Rocha y Manuel Guevara Salazar

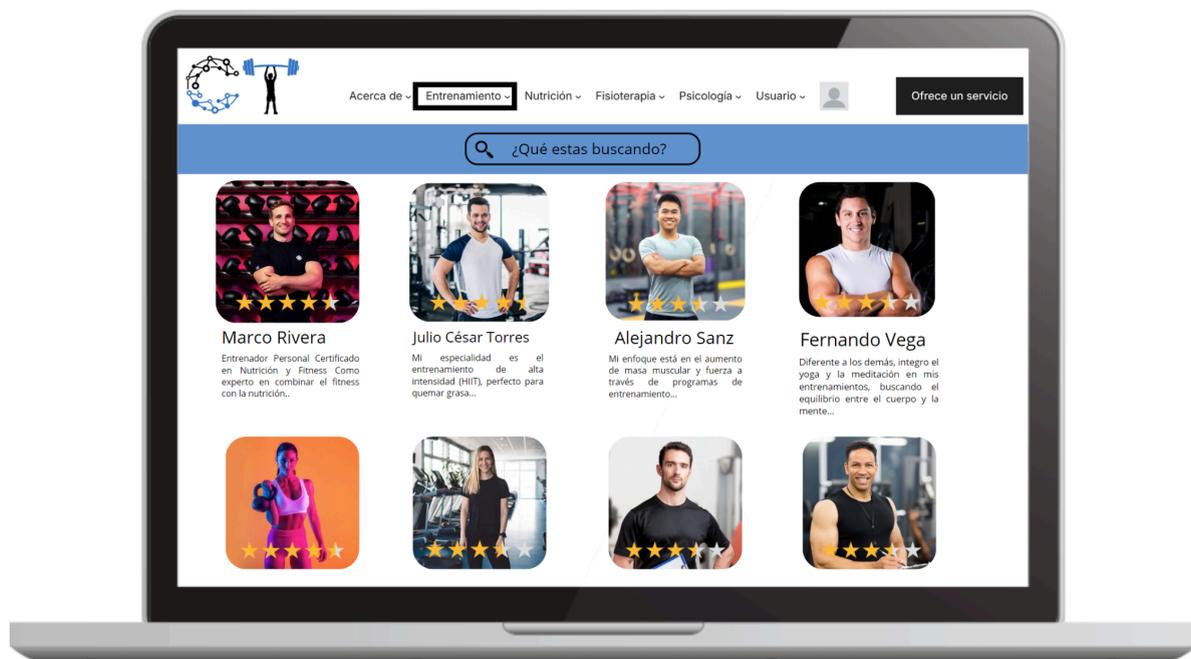
Figura A.7.2 Mockup de la aplicación móvil de Connect-T



Carlos Henrique Ribeiro Da Rocha y Manuel Guevara Salazar

Fuente: Elaboración propia

Figura A.7.3 Mockup de la plataforma Web de Connect-T

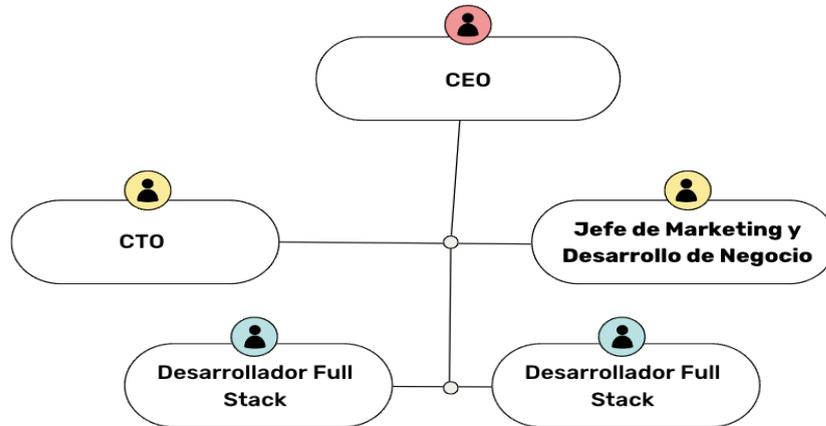


Fuente: Elaboración propia

### 13.8 Anexo VIII Organigrama Connect-T

Figura A.8.1 Organigrama de la empresa Connect-T

ORGANIGRAMA CONNECT-T



Fuente: Elaboración propia

13.9 Anexo IX Salarios Brutos

Tabla A .9.1 Cálculo de salarios brutos y seguridad social en el corto plazo de Connect-T

| Gastos Personal           | Número | Sueldo Bruto | Total |
|---------------------------|--------|--------------|-------|
| CEO                       | 1      | 2500         | 2500  |
| CTO                       | 1      | 2000         | 2000  |
| Desarrollador Full Stack  | 2      | 4400         | 8800  |
| Especialista de Marketing | 1      | 2150         | 2150  |

|                         |     |               |
|-------------------------|-----|---------------|
| <b>Total Sueldos</b>    |     | <b>15450</b>  |
| <b>Seguridad Social</b> | 35% | <b>5407.5</b> |

Fuente: Elaboración propia

Carlos Henrique Ribeiro Da Rocha y Manuel Guevara Salazar

Tabla A.9.2 Cálculo de salarios brutos y seguridad social en el medio plazo de Connect-T

| Gastos Personal           | Número | Sueldo Bruto | Total |
|---------------------------|--------|--------------|-------|
| CEO                       | 1      | 2500         | 2500  |
| CTO                       | 1      | 2000         | 2000  |
| Empresa Externalizada     | 1      | 700          | 700   |
| Especialista de Marketing | 1      | 2150         | 2150  |

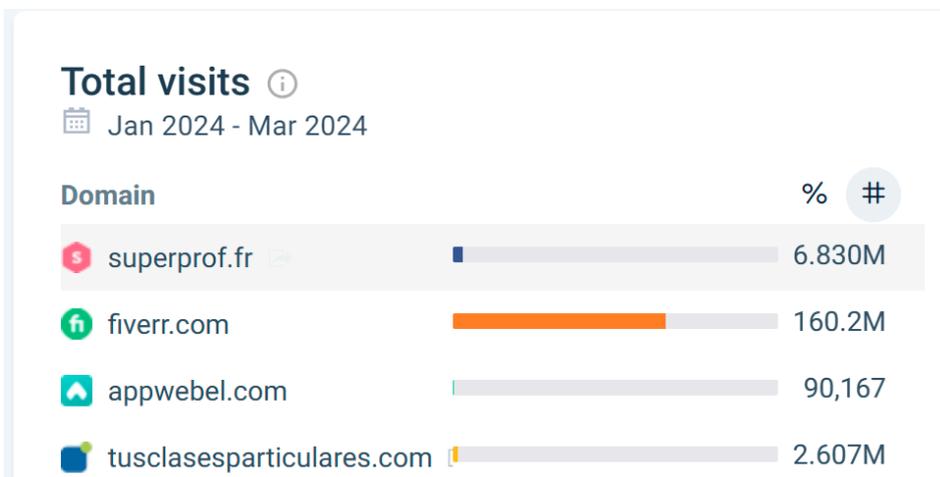
  

|                         |     |               |
|-------------------------|-----|---------------|
| <b>Total Sueldos</b>    |     | <b>7350</b>   |
| <b>Seguridad Social</b> | 35% | <b>2572.5</b> |

Fuente: Elaboración propia

### 13.10 Anexo X: Análisis de tráfico de empresas parecidas.

Figura A.10.1 Captura de pantalla del análisis de tráfico web.



Fuente: Captura de pantalla del análisis hecho por la aplicación “similarweb”

**13.11 Anexo XI: Ingresos del año 1 en diferentes escenarios.**
**Tabla A.11.1 Ingresos del año 1 en el escenario optimista**

| Ingresos        | Mes 1             | Mes 2             | Mes 3             | Mes 4             | Mes 5             | Mes 6             | Mes 7              | Mes 8              | Mes 9              | Mes 10             | Mes 11             | Mes 12             | TOTAL               |
|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
| Anuncios        | 1,151.75 €        | 1,209.34 €        | 1,269.80 €        | 1,333.29 €        | 1,399.96 €        | 1,469.96 €        | 1,616.95 €         | 1,778.65 €         | 1,956.51 €         | 2,152.16 €         | 2,367.38 €         | 2,604.12 €         | 20,309.88 €         |
| Suscripciones   | 1,918.20 €        | 2,014.11 €        | 2,114.82 €        | 2,220.56 €        | 2,331.58 €        | 2,448.16 €        | 2,692.98 €         | 2,962.28 €         | 3,258.51 €         | 3,584.36 €         | 3,942.79 €         | 4,337.07 €         | 33,825.41 €         |
| Comisiones      | 2,953.20 €        | 3,100.86 €        | 3,255.90 €        | 3,418.70 €        | 3,589.63 €        | 3,769.11 €        | 4,146.03 €         | 4,560.63 €         | 5,016.69 €         | 5,518.36 €         | 6,070.20 €         | 6,677.22 €         | 52,076.53 €         |
| Posicionamiento | 1,457.62 €        | 1,530.50 €        | 1,607.03 €        | 1,687.38 €        | 1,771.75 €        | 1,860.33 €        | 2,046.37 €         | 2,251.00 €         | 2,476.10 €         | 2,723.71 €         | 2,996.09 €         | 3,295.69 €         | 25,703.57 €         |
| <b>Total</b>    | <b>7,480.77 €</b> | <b>7,854.81 €</b> | <b>8,247.55 €</b> | <b>8,659.93 €</b> | <b>9,092.92 €</b> | <b>9,547.57 €</b> | <b>10,502.33 €</b> | <b>11,552.56 €</b> | <b>12,707.81 €</b> | <b>13,978.60 €</b> | <b>15,376.46 €</b> | <b>16,914.10 €</b> | <b>131,915.39 €</b> |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla A.11.2 Ingresos del año 1 en el escenario pesimista**

| Ingresos        | Mes 1             | Mes 2             | Mes 3             | Mes 4             | Mes 5             | Mes 6             | Mes 7             | Mes 8             | Mes 9             | Mes 10             | Mes 11             | Mes 12             | TOTAL              |
|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Anuncios        | 851.30 €          | 893.87 €          | 938.56 €          | 985.49 €          | 1,034.76 €        | 1,086.50 €        | 1,195.15 €        | 1,314.66 €        | 1,446.13 €        | 1,590.74 €         | 1,749.82 €         | 1,924.80 €         | 15,011.77 €        |
| Suscripciones   | 1,417.80 €        | 1,488.69 €        | 1,563.12 €        | 1,641.28 €        | 1,723.34 €        | 1,809.51 €        | 1,990.46 €        | 2,189.51 €        | 2,408.46 €        | 2,649.31 €         | 2,914.24 €         | 3,205.66 €         | 25,001.39 €        |
| Comisiones      | 2,182.80 €        | 2,291.94 €        | 2,406.54 €        | 2,526.86 €        | 2,653.21 €        | 2,785.87 €        | 3,064.45 €        | 3,370.90 €        | 3,707.99 €        | 4,078.79 €         | 4,486.67 €         | 4,935.33 €         | 38,491.35 €        |
| Posicionamiento | 1,077.38 €        | 1,131.25 €        | 1,187.81 €        | 1,247.20 €        | 1,309.56 €        | 1,375.04 €        | 1,512.54 €        | 1,663.80 €        | 1,830.18 €        | 2,013.20 €         | 2,214.52 €         | 2,435.97 €         | 18,998.45 €        |
| <b>Total</b>    | <b>5,529.28 €</b> | <b>5,805.74 €</b> | <b>6,096.03 €</b> | <b>6,400.83 €</b> | <b>6,720.87 €</b> | <b>7,056.92 €</b> | <b>7,762.61 €</b> | <b>8,538.87 €</b> | <b>9,392.76 €</b> | <b>10,332.03 €</b> | <b>11,365.24 €</b> | <b>12,501.76 €</b> | <b>97,502.95 €</b> |

Fuente: Elaboración propia