



Universidad del
Rosario

Universidad del Rosario
Centro de emprendimiento | UR Emprende

Bodyweight Movement
Modalidad Trabajo de grado en Emprendimiento

Presentado por:
Juan Esteban Quiroga Cortés

Bogotá, D.C.

2021



Universidad del
Rosario

Universidad del Rosario
Centro de emprendimiento | UR Emprende

Bodyweight Movement
Modalidad Trabajo de grado en Emprendimiento

Presentado por:
Juan Esteban Quiroga Cortes

Tutor de grado:
María Alejandra Barrera Cadena

Bogotá, D.C.

2021

Tabla de Contenido

Glosario.....	6
Abstract.....	9
1. Exploración y desarrollo de ideas.....	10
1.1. Origen de la idea.....	10
1.2. Descripción del problema.....	14
1.3. Validación del problema y usuario con hipótesis y hallazgos.....	15
1.4. Buyer Persona.....	16
1.5. Mapa de competidores.....	17
1.6. Descripción de la idea.....	18
2. Propuesta de valor.....	19
1.7. Segmento del cliente.....	19
2.1. Clientes ideales.....	19
2.2. Alternativas de solución y criterios de selección.....	20
2.3. Características de producto o servicio (Lienzo propuesta de valor).....	21
2.4. Diferencial y ventaja competitiva (Curva de valor).....	22
2.5. Relevancia en el contexto.....	22
2.6. Definición de propuesta de valor.....	23
3. Prototipo.....	23
3.1. Descripción de prototipo.....	23
3.2. Descripción de portafolio inicial de productos o servicios.....	23
3.3. Nivel de desarrollo y funcionalidad Ingresar al enlace para visualizar de que se trato el prototipo.....	24
3.4. Método, lógica de ensamblaje y producción del prototipo.....	24
3.5. Resultados obtenidos en pruebas del prototipo (hallazgos y conclusiones).....	25
3.6. Proyección de cómo iterar.....	28
4. Finanzas.....	28
4.1. Margen de contribución por producto o servicios.....	28
4.2. Punto de equilibrio en unidades y dinero por producto.....	29
4.3. Indicadores financieros.....	32
5. Modelo de negocio.....	32

5.1.	Modelo de negocio económico	32
5.2.	Stakeholder map.....	33
5.3.	Análisis PESTLE.....	34
5.4.	Modelo de negocio sostenible	35
5.5.	Definición de un plan de acción sostenible	37
6.	Referencias bibliográficas.....	39

Tabla de Imágenes

Ilustración 1. Buyer persona.....	16
Ilustración 2. Mapa de competidores.....	18
Ilustración 3 Lienzo	21
Ilustración 4 Estructuración del prototipo	23
Ilustración 5 Portafolio	24
Ilustración 6 Requerimientos de propuesta de valor	24
Ilustración 7 Hipótesis del prototipado.....	25
Ilustración 8 Diseño de prueba de prototipo.....	25
Ilustración 9 Javi Ales	26
Ilustración 10 Santiago	27
Ilustración 11 Punto de equilibrio	29
Ilustración 12 Flujo de Caja	30
Ilustración 13 Informes Financieros	31
Ilustración 14 Business Model Canvas.....	32
Ilustración 15 Stakeholder Map.....	33
Ilustración 16 Análisis PESTLE.....	34
Ilustración 17 Canvas de sostenibilidad	35
Ilustración 18 Plan de acción sostenible.....	37

Glosario

Bodyweight: en este contexto es tu cuerpo el cual tiene la posibilidad de desarrollar fuerza, explosividad, fluidez, entre otras habilidades que son necesarias explotar.

Pole dance: una disciplina muy juzgada al pasar los años como una actividad morbosa, actualmente se han quitado los tabú lo que permitió dar una idea de esta disciplina totalmente distinta, como, un movimiento coordinado y controlado, en el que se busca utilizar varias combinaciones un tubo, hasta formar un performance perfecto.

Calistenia: es la utilización de ejercicios básicos como push ups, pull ups, dips, etc, para dominar tu propio peso y trabajar los diferentes músculos.

Entrenamiento funcional: entrenamiento con bases de la calistenia solo que es un entrenamiento más dinámico y la utilización de diferentes equipamientos permiten una mayor potencialización de esta disciplina.

Yoga: es el control mental y físico de tu propio cuerpo a través de sesiones intensas en las que se busca dar relajación del cuerpo, pero así mismo generar un control propio en ciertos movimientos que se irán incrementando su dificultad a raíz de que se genere más control.

Resumen ejecutivo

Ofrecer un servicio de entrenamiento basado en "lo que te guste hacer", cada cliente tendrá un proceso de conocimiento del sistema de entrenamiento de cada línea de negocio para decidir cual le gusta, con un diseño flexible sin tener que dirigirse al punto físico todos los días.

Además, se unirán disciplinas como el pole dance y el yoga, al entrenamiento físico para ser un complemento perfecto.

¿Dónde sucede? Sucede en parques, centros deportivos, gimnasios, crossfit, centros de polle-dance y en los mismos hogares de las personas.

¿qué sucede? Existen tendencias de realizar actividad física en Bogotá, después de pandemia se incrementaron los gustos de las personas por adentrarse al mundo del ejercicio.

¿Cómo sucede? A raíz de factores como el tiempo que permitieron a muchas habitantes separar parte de este para realizarlo. El lugar de trabajo permitió que en muchas ocasiones sea netamente modo teletrabajo. Así mismo, las tendencias de cuidado personal han crecido bastante debido a las grandes tasas de sobrepeso en el mundo.

¿a quién le sucede? En primer caso a todo el mundo, en este contexto, a personas de Bogotá (hombres y mujeres) desde los 16 hasta los 50 años

¿Por qué sucede? Debido a que las personas no realizan ninguna actividad física lo que implica un menor rendimiento en el trabajo, en sus hogares, entre otros factores que necesitan una vida activa para ser más productiva.

¿Cuál es la consecuencia de que sucede? Principalmente disminuirémos en una menor proporción el % de sobre peso en Bogotá, así mismo, se romperán esquemas entre la unión de distintas disciplinas como el pole dance y el entrenamiento físico a base de su propio peso.

Palabras Clave

Peso Corporal, Pole dance, Calistenia, Entrenamiento funcional, Yoga

Abstract

Offer a training service based on "what you like to do", each client will have a process of knowledge of the training system of each business line to decide which one they like, with a flexible design without having to go to the physical point all the days.

In addition, disciplines such as pole dance and yoga will be joined to physical training to be a perfect complement. Additionally, we create an app to solve the problem about going to the physic place, introduce some knowledge of different leader of the Calisthenic, Yoga, Functional, Pole dance, to put their routines that helps some people not only in the city also around some places in the world.

Keywords

Bodyweight, Pole dance, Calisthenics, Functional Training, Yoga

1. Exploración y desarrollo de ideas

1.1. Origen de la idea

Esta idea nació desde hace mucho tiempo a raíz de un problema que tenías muchas personas no solo en el país sino en todo el mundo y es que la mayoría no tenía la disponibilidad del tiempo para elegir una opción apropiada respecto a su forma de mantenerse activa, realizando ejercicio en este caso en específico.

Muchas personas optaban por las opciones más comerciales por su disponibilidad y facilidad de acceso, esto me permitió encontrar una necesidad en las personas. Estas deben encontrar algo que les guste para poder tomar un hábito y realizarlo día a día, lo que realmente es la finalidad de un gimnasio o cualquier lugar en donde se inscriba cada usuario. Las personas finalmente, solo se inscribían sin saber por qué y sin ningún gusto en específico.

En mi vida el ejercicio ha estado presente en cada momento y mi testimonio es claro, lo que no te gusta no lo vas a hacer un mes seguido a diario. Esta frase me permitió encontrar un vacío por rellenar en el mercado.

Esta idea se tomó de un modelo ucraniano en el que tienen una serie de disciplinas en que las personas se pueden enfocar dependiendo en sus enfoques, gustos, prioridades, entre otros factores de elección.

Tabla 1. Tabla de Prospectos

<p style="text-align: center;">Cualidades</p> <p>Un atleta de calistenia y deportista nato, actualmente realizo entrenamientos en uno de los parques más importantes de calistenia en Bogotá.</p>	<p style="text-align: center;">Propósito</p> <p>El propósito es claro, disminuir las tasas de personas desmotivadas a crear un hábito saludable como el ejercicio físico.</p>
<p style="text-align: center;">Tendencias</p> <p style="text-align: center;">¿Cuál es la conducta del consumidor?</p> <p>A nivel local las personas están empezando a realizar ejercicios con su propio peso o con equipos básicos ya que la pandemia obligo a muchas personas a realizarlo en sus hogares, además, la calistenia, de la misma manera se convirtió en una manera de entrenar conocida que necesita herramientas para poderla explotar.</p> <p>A nivel nacional es un poco más conocida ya que, las personas en la mayoría de los lugares en Colombia son de clima cálido lo que los obligo a salir a los parques a realizar estos entrenamientos.</p> <p>Internacionalmente hablando, específicamente en Europa y algunos países como Ucrania, Rusia e India utilizan estas disciplinas como la calistenia, pole dance y el entrenamiento funcional a base de su propio peso ya que el perfil deseado por la mayoría de las personas es un cuerpo atlético que no sea tan</p>	<p style="text-align: center;">Mercado exterior</p> <p>La forma en que se conectara este mercado será por medio de la app, la que, al momento de una buena reputación de marca, ya sea en redes o por voz a voz, se permita llegar a diferentes personas a nivel mundial, los que también puedan conocer un poco la dinámica de las diferentes formas de entrenar.</p>

voluptuoso, sino que sea más funcional y ágil.

¿es un problema de primera necesidad?

No es un problema de primera necesidad, aun así, es un problema que está generando enfermedades, problemas en el trabajo, en las relaciones, entre muchos factores que involucra la actividad física en las personas.

¿si no salgo al mercado, que pasa con el consumidor?

Seguirá realizando sus actividades físicas en lugares comunes como los gimnasios en los que no se ve un progreso, sin planificación, sin gustos en específico, además la gente no podrá realizar sus entrenamientos en sus casas debido a la falta de asesoría que no encontrarían en el mercado.

¿es una necesidad existente o latente?

Es una necesidad existente ya que las personas actualmente deseen empezar a realizar ejercicio físico, lo que no saben es por dónde empezar, que les gustan y los motivaría para crear un hábito en sus vidas.

Ofrecer un servicio de entrenamiento

<p>basado en "lo que te guste hacer", cada cliente tendrá un proceso de conocimiento del sistema de entrenamiento de cada línea de negocio para decidir cual le gusta, con un diseño flexible sin tener que dirigirse al punto físico todos los días</p>	
<p style="text-align: center;">Problemas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Las personas van a motivarse más por el entrenamiento con su propio peso. En muchas ocasiones las personas no realizan actividades físicas por la falta de implementos y espacios que permitan realizar estas actividades, mi hipótesis que esta valida por el contexto actual en Europa es que las personas conociendo el poder de su cuerpo y como pueden trabajarlo sin deber tener una pesa, una máquina, etc. 2. Las mujeres que realizan Pole dance podrán complementarse con ejercicios funcionales, calistenia, etc. Actualmente se ha quitado el tabú de que las mujeres no pueden hacer ejercicio porque “se van a ver como hombres” por ende la unión de estas dos diciplinas permitirá que las mujeres se vean mejo, más saludables, unido a su disciplina en pole dance. 3. Las personas seguirán con el hábito de entrenar en sus hogares. La mayoría de las personas siguen con sus hábitos en pandemia, el ejercicio en casa se convirtió en el mejor aliado para las personas con poco tiempo y con pereza de trasladarse u otro lugar a entrenar. 	

Fuente: Origen de las ideas Fuente: Elaboración propia (2021)

1.2. Descripción del problema

¿Dónde sucede? Sucede en parques, centros deportivos, gimnasios, crossfit, centros de Pole dance y en los mismos hogares de las personas.

¿qué sucede? Existen tendencias de realizar actividad física en Bogotá, después de pandemia se incrementaron los gustos de las personas por adentrarse al mundo del ejercicio.

¿Cómo sucede? A raíz de factores como el tiempo que permitieron a muchas habitantes separar parte de este para realizarlo. El lugar de trabajo permitió que en muchas ocasiones sea netamente modo teletrabajo. Así mismo, las tendencias de cuidado personal han crecido bastante debido a las grandes tasas de sobrepeso en el mundo.

¿a quién le sucede? En primer caso a todo el mundo, en este contexto, a personas de Bogotá (hombres y mujeres) desde los 16 hasta los 50 años

¿Por qué sucede? Debido a que las personas no realizan ninguna actividad física lo que implica un menor rendimiento en el trabajo, en sus hogares, entre otros factores que necesitan una vida activa para ser más productiva.

¿Cuál es la consecuencia de que sucede? Principalmente disminuiríamos en una menor proporción el % de sobre peso en Bogotá, así mismo, se romperán esquemas entre la unión de distintas disciplinas como el Pole dance y el entrenamiento físico a base de su propio peso.

1.3. Validación del problema y usuario con hipótesis y hallazgos

Se realizó la encuesta a 50 personas, en dos de los parques más importantes de Bogotá en las disciplinas de calistenia y entrenamiento funcional. Estas personas fueron entrevistadas con un modelo estratégico llamado **focus group** en el que se reunieron grupo de a 10 personas en las cuales se trataron preguntas como:

¿Cuáles son tus métodos de entrenamiento?

¿con que frecuencia realizar ejercicio?

¿prefieres entrenar con pesas o con tu propio peso?

Estas preguntas base permitieron abrir un poco la experiencia de cada persona, ya que, cada usuario es totalmente distinto y la idea era buscar esos pequeños conectores para moldear mejor el proyecto por beneficio de los posibles clientes.

Además, se descubrió que entre un 60-80% de las personas encuestadas realiza ejercicio con su propio peso y de ese porcentaje un 100% pasa los 3-4 días de entrenamiento, siendo un porcentaje considerablemente alto que permite abrir el mercado en el que se pretende ingresar.

1.4. Buyer Persona

Ilustración 1. Buyer persona

Buyer persona



+ Juan Esteban Quiroga Cortes

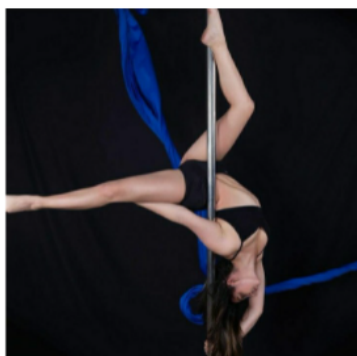
+ 21 años, vive entre el nororiente de Bogota, estudiante universitario, ingresos por fin de semana, cultura saludable y activa.

+ Es un persona activa en el día, dispuesta a superarse cada día con los retos que se presente, le gusta verse bien (atletico).

+ Sus obojetivos son crecen tanto fisica como mentalmente

+ Activo en redes, sube contenido de ocio, poco a nivel profesional.

Buyer persona



+ Daniela Ramos

+ 22 años, vive entre el nororiente de Bogota, estudiante universitario, ingresos por fin de semana, cultura saludable y activa.

+ Persona activa en el día, dispuesta a superarse cada día con los retos que se presenten, tiene como característica principal su dominio mental , le gusta conocer nuevas experiencias,

+ Sus objetivos son crecen tanto fisica como mentalmente

+ Activo en redes, sube contenido de ocio, poco a nivel profesional.

Fuente: Elaboración propia

1.5. Mapa de competidores

Después de análisis y estructura del buyer persona, se puede inferir el mercado en el cualquier se quiere competir, por este motivo se realiza el mapa de competidores en el que se visualizaran diferentes competencias directas e indirectas como:

Bodytech: un gimnasio el cual tiene su enfoque por planes mensuales y anuales ofrece un buen seguimiento de los usuarios, tiene bastantes puntos de servicio.

EMS: un lugar en el que por medio de estimulaciones neuronales buscan trabajar el musculo, se incrementa el precio por la poca disponibilidad de las herramientas para efectuarlo.

Crossfit: En este caso se definirá uno para todos los analizados, un espacio en el que se realiza actividad física en grupos, las clases están diseñadas para pagar por sesiones o por mes, dependiendo del establecimiento, la competencia más directa que tendría mi proyecto.

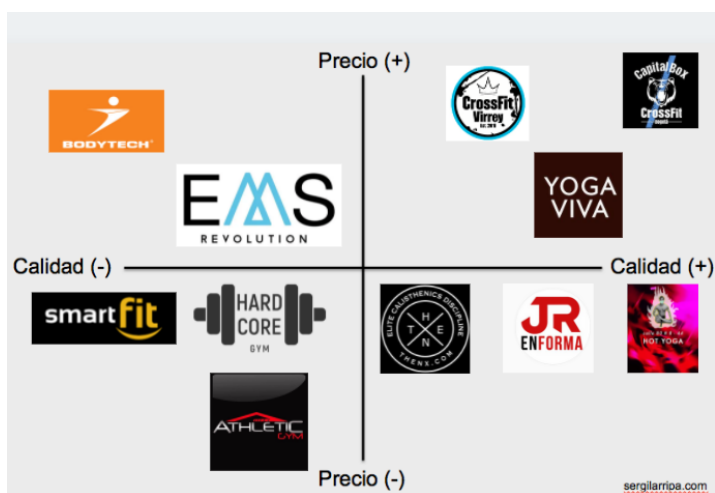
Smarfit: en este caso se analizarán los gimnasios con el mismo enfoque de smarfit, inscripciones económicas por su poco acompañamiento al momento de entrenar, varios puntos de servicio.

ThenX y apps virtuales: este es un servicio con muy buena relación costo-beneficio, en este caso se realizan cierto número de entrenamientos y planes (generales y personalizados) en el que las personas revisan una app o una página y pueden seguir con su actividad física

Yoga Viva: un centro en el que predomina la disciplina del yoga vinyasa un estilo más Dinámico.

Yoga online: mismo sistema que en el entrenamiento funcional y calistenia, se ofrecen planes presenciales o método PDF, en el que se muestran diferentes sesiones de entrenamiento, genera una necesidad de que el usuario tenga más autonomía.

Ilustración 2. Mapa de competidores



Fuente: Elaboración propia

1.6. Descripción de la idea

La base y el pilar fundamental de la filosofía del proyecto es crear un espacio en el que las personas puedan elegir de qué manera realizar actividad física basado en un sistema llamado “lo que te gusta hacer” muchas respuestas de los focus group realizados a los usuarios de los dos parques insignia de Bogotá, comentaron que han pasado por varios deportes y no han podido tener la motivación de crear un hábito en el cuerpo y en la mente. En este proyecto buscará que, a futuro la disminución de las tasas de sedentarismo en la ciudad y el mejor rendimiento de los profesionales en sus labores cotidianas.

2. Propuesta de valor

2.1.Segmento del cliente

La descripción del segmento principal es el tipo de cliente que tiene en promedio de 16 a 40 años, nivel de ingresos medio-alto, su ubicación se encuentra en los sectores de Chapinero, Usaquén, Suba y barrios unidos.

Es una persona que conoce un contexto global del entrenamiento por lo que conoce un poco acerca de las nuevas formas de entrenamiento y sus beneficios, lo que lo convierte en un cliente que asume retos nuevos, pero tiene dificultad para encontrar un gusto en específico.

Los clientes corporativos serán de la industria del sector musical en el que se fomente el reconocimiento de varios artistas de ellos en el entrenamiento, esto estará primeramente evaluado con todos los clientes para su aprobación en un futuro. Además, la incorporación de la industria de los suplementos en varios eventos como competencias, talleres, entre otros.

2.2.Clientes ideales

El cliente potencial es un usuario que tiene conocimientos en el gremio y posee una de experiencias con personas de los diferentes enfoques parecidos al proyecto. Este usuario, además de dar ejemplo a las demás personas, generara una voz a voz mayor a un cliente regular.

2.3. Alternativas de solución y criterios de selección

Las personas van a motivarse más por el entrenamiento con su propio peso.

En muchas ocasiones las personas no realizan actividades físicas por la falta de implementos y espacios que permitan realizar estas actividades, mi hipótesis que esta valida por el contexto actual en Europa es que las personas conociendo el poder de su cuerpo y como pueden trabajarlos sin tener una pesa, una máquina, etc.

Las mujeres que realizan Pole dance podrán complementarse con ejercicios funcionales, calistenia, etc.

Actualmente se ha quitado el tabú de que las mujeres no pueden hacer ejercicio porque “se van a ver como hombres” por ende la unión de estas dos disciplinas permitirá que las mujeres se vean mejor, más saludables, unido a su disciplina en pole dance.

Las personas seguirán con el hábito de entrenar en sus hogares.

La mayoría de las personas siguen con sus hábitos en pandemia, el ejercicio en casa se convirtió en el mejor aliado para las personas con poco tiempo y con pereza de trasladarse u otro lugar a entrenar.

2.4. Características de producto o servicio (Lienzo propuesta de valor)

Ilustración 3 Lienzo

Segmento del cliente

Después de una larga investigación de mercados en donde se analizan los posibles clientes potenciales de la marca, descubrimos que tenemos dos líneas de negocio que están correlacionadas, pero deben segmentarse de maneras distintas: la primera el entrenamiento funcional y calistenia, como segunda el polledance y el yoga. partiendo de esta idea estas son unas de las características generales de cada una, mas adelante se hará la segmentación completa de cada cliente.

- 1 Hombres y mujeres desde los 16 hasta los 45 años
- 2 Personas que tengan un panorama internacional del deporte



- 3 Personas que sean activas y les guste verse de una manera mas sana y atletica



Alternativas de solución

Hacer una disrupcion en el entrenamiento, que permita darle a la gente lo que realmente les gusta y lo que en un momento los llegase a motivar para generar un habito sano. Esto con fin de disminuir los porcentajes de sedentarismo y sobrepeso en Bogota principalmente.

- 1 Las personas encontraran la posibilidad de trasladar sus entrenamientos a sus casa por medio de un app, con fin de ayudar a las personas que no cuentan con mucho tiempo en sus trabajos
- 2 Las personas podran tener una mirada muy amplia a las lineas de negocio que ofrecemos para que puedan encontrar una disciplina que realmente les guste. Con esto se disminuira el numero de personas desmotivado que realizan ejercicio.



June 1, 2021

Ilustración 2 Características producto y servicio

2.5.Diferencial y ventaja competitiva (Curva de valor)

Ofrecer un servicio de entrenamiento basado en "lo que te guste hacer", cada cliente tendrá un proceso de conocimiento del sistema de entrenamiento de cada línea de negocio para decidir cual le gusta, con un diseño flexible sin tener que dirigirse al punto físico todos los días.

Además, se unirán disciplinas como el Pole Dance y el yoga, al entrenamiento físico para ser un complemento perfecto.

2.6.Relevancia en el contexto

Desde comienzos del 2020 el mundo sufrió impactos relevantes en todos los sectores y los hábitos de las personas, el entrenamiento fue uno de ellos, como consecuencia de permanecer en cada hogar por motivos de bioseguridad, se aumentó el tiempo libre, ya que, en muchas ocasiones el tiempo de los desplazamientos, salidas con familia y amigos, se disminuyó en una gran proporción, las personas optaron por realizar ejercicio en sus casas.

El entrenamiento más común y asequible en épocas de pandemia fue el entrenamiento con el propio peso corporal este, es uno de los factores que tienen más impacto en el proyecto y directamente en las personas.

La validación de crear un espacio físico se da a raíz de que las personas perdían la motivación en sus hogares, en las entrevistas la mayoría de las personas dieron testimonios de que un equipo de entrenamiento, un entrenador y motivador especializado eran factores que generaban más consistencia y duración del hábito que se desea.

2.7. Definición de propuesta de valor

Ofrecer un servicio de entrenamiento basado en "lo que te guste hacer", cada cliente tendrá un proceso de conocimiento del sistema de entrenamiento de cada línea de negocio para decidir cual le gusta, con un diseño flexible sin tener que dirigirse al punto físico todos los días. Además, se unirán disciplinas como el pole dance y el yoga, al entrenamiento físico para ser un complemento perfecto.

3. Prototipo

3.1. Descripción de prototipo

El prototipo fue diseñado a partir de ciertas experiencias que he podido realizar en el parque el virrey, en el que se realizó un método de entrenamiento el cual se aplicaría al modelo de negocio. Consistió en elegir 4 días en el mes para realizar un entrenamiento, en el que la mayoría entrenadores personales realizaron esta rutina y los comentarios fueron muy positivos.

Ilustración 4 Estructuración del prototipo

Proyecto de Emprendimiento		Bodyweight Movement		
Equipo Emprendedor		Juan Quiroga	Emprendedor 2	Emprendedor 3
		Rol 1	Rol 2	Rol 3

Objetivo del Prototipado					Sketch de su prototipo	
entarian en el negocio, por medio de un sistema de 4 días en los que se realizara entren						
Tipo de prototipado						
Funcional - Vertical	Estetico - Horizontal	Usabilidad - Diagonal	Estrategia - Conceptual			
Nivel de prototipado						
Papel		Baja Fidelidad		Alta Fidelidad		
Materialización de prototipado						
Método	Video por Instagram					
Medio						



Fuente: Herramienta Buping 5

3.2. Descripción de portafolio inicial de productos o servicios

Inicialmente se tendrán varios servicios cada uno realizado por un experto de sector, ya sea, de entrenamiento funcional, pole dance, calistenia, Yoga.

Ilustración 5 Portafolio

Modelo de Negocio		
Un centro deportivo que esta basado en el entrenamiento con tu propio peso corporal, en el que se uniran disciplinas como la calistenia, entrenamiento funcional y el polle dance.		
Propuesta de valor		
Ofrecer un servicio de entrenamiento basado en "lo que te guste hacer" cada cliente tendra la posibilidad de conocer y seleccionar el sistema de entrenamiento que desee, con un diseño flexible sin necesidad de trasladarse todos los días al punto físico por medio de un app.		
Producto	Servicio	Sistema
APP		ofrece una experiencia igual que el punto físico pero en tu hogar
	Calistenia	permite generar un cuerpo atletico y en algunos casos poder competir en varios eventos
	Polledance	un cuerpo atletico con un dominio mental
	Entrenamiento funcional	Es la ficha para unir con cada disciplina
	Yoga	dominio del cuerpo, de una manera mas activa al yoga convencional

Fuente: Herramienta Buping 4

3.3. Nivel de desarrollo y funcionalidad

Ingresar al enlace para visualizar de que se trato el prototipo

Fuente: https://www.instagram.com/p/CLDYEEaJI_p/

3.4. Método, lógica de ensamblaje y producción del prototipo

Ilustración 6 Requerimientos de propuesta de valor

Equipo Emprendedor	Juan Quiroga Rol 1	Emprendedor 2 Rol 2	Emprendedor 3 Rol 3															
Prototipo de la propuesta de valor																		
Grafique y describa el prototipo de su propuesta de valor																		
Liste los requerimientos en procesos, materiales y proveedores que necesita para el desarrollo de su prototipo	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Procesos y actividades</th> <th>Materiales e insumos</th> <th>Proveedores</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Materiales para la creación del centro deportivo</td> <td>Barras, pesas, tubos</td> <td>KENGURU</td> </tr> <tr> <td>Materiales para la realización de cada sesión</td> <td>colchonetas, reloj virtual, anillas</td> <td>sportfitness</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Procesos y actividades	Materiales e insumos	Proveedores	Materiales para la creación del centro deportivo	Barras, pesas, tubos	KENGURU	Materiales para la realización de cada sesión	colchonetas, reloj virtual, anillas	sportfitness								
Procesos y actividades	Materiales e insumos	Proveedores																
Materiales para la creación del centro deportivo	Barras, pesas, tubos	KENGURU																
Materiales para la realización de cada sesión	colchonetas, reloj virtual, anillas	sportfitness																

Fuente: Herramienta Buping 0

3.5.Resultados obtenidos en pruebas del prototipo (hallazgos y conclusiones)

Ilustración 7 Hipótesis del prototipado

Proyecto de Emprendimiento				
Equipo Emprendedor		Emprendedor 1	Emprendedor 2	Emprendedor 3
		Rol 1	Rol 2	Rol 3
Hipotesis del prototipado				
1	las personas van a motivarse mas por el entrenamiento con su propio peso	Del contexto	ue permitan realizarlo, mi hipotesis que esta validada por el contexto actual de Europa es que las personas	
2	las mujeres que realizan polledance podran complementarse con entrenamientos funcionales	del negocio	ueden hacer ejercicio porque se veran como hombres, por este motivo la union de estas dos disciplinas pe	
3	las personas seguiran con el habito de entrenar en las casa	del contexto	os en pandemia, el ejercicio en casa se convirtio en el mejor alida para las personas con poco timepo y cor	

Fuente: Herramienta Buping 6

Ilustración 8 Diseño de prueba de prototipo

Nombre de la Prueba	Entrenamiento masivo			Tiempo de prueba	1 mes	Cantidad participante	20 personas
Descripcion del problema		Hipotesis para prototipado					
Crear un modelo de entrenamiento totalmente creativo, que pueda cautivar la atención de atletas y entrenadores.							
Objetivos	Generar satisfaccion	Hallazgos positivos	La mayoría de las personas realizaron todas la rutinas				
	Generar un estimulo real del musculo		Las personas desean realizar estas en otra oprtunidad				
	Atraer mas participación	Hallazgos Negativos	Las personas quieren contactarte para entrenar				
	Es necesario ver el segmento de las mujeres						
			Dfícil de aplicar en personas que esten iniciando				
Metrica de la prueba				Oportunidades de mejora			
Metrica	Resultado						
de 1 a 10	8						Ser mas estricto con los tiempos de entrnamiento

Fuente: Herramienta Buping 7

Primera venta Prototipo #2

Después del primer prototipo, se generó una recordación de marca, por lo que se incluyó en los esfuerzos del emprendimiento como principal objetivo, aumentar el alcance de mi marca personal, a través de torneos, publicaciones y relacionamiento.

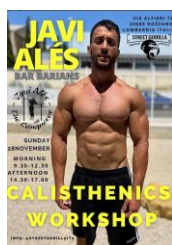
Esto generó un mayor alcance de usuarios y generó algunos intereses por parte de personas naturales en la red social Instagram, en el cual estaban interesados en servicios de entrenamiento. Por motivos académicos me era imposible realizar entrenamientos personales por lo que analice la viabilidad de hacer coaching virtual. Uno de los interesados decidió empezar un mes con un valor neto de \$200.000,00 COP, esta venta se cerró en la red social antes mencionada.

Relacionamiento

De la mano de la primera venta, se reinvertió en el negocio para adquirir más conocimiento y experiencia de la mano de una planificación del 4 veces campeón de España Javier Alés, en el que se identificaron varios insights valiosos para el negocio, a través de una video llamada en el que se pudo adquirir y validar, ciertos supuestos del mercado deportivo.

Un poco del perfil de Javier Alés:
 “Javi Alés también conocido como "The Conqueror". Más de 9 años de experiencia en calistenia. Atleta elite en resistencia. Miembro oficial de "Bar Barians". Competidor a nivel mundial. 4 veces campeón de España en la modalidad de resistencia. Entrenador de calistenia.”
 (CALISTENIAAPP.,2019)

Ilustración 9 Javi Alés



Fuente Instagram: @Javistreetworkout

Resultados:

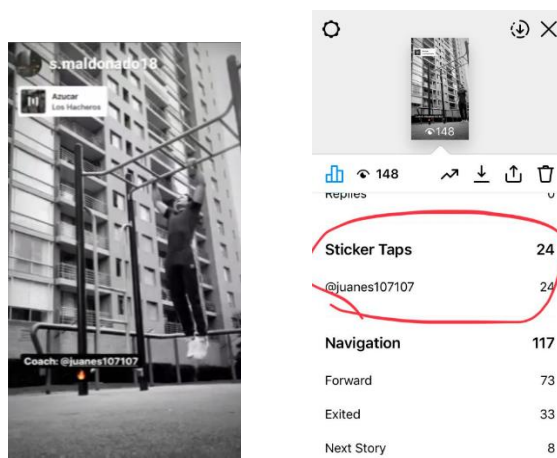
El usuario, disfruto todos los días de su planificación, sabiendo que es un usuario más complejo por lo que ya tiene una experiencia de 2 años realizando la disciplina, aun así, se logró unos de los mejores entrenos que ha tenido en sus dos años realizando Calistenia, validándolo con esta frase:

” Gracias hermano, la verdad estoy muy contento con el plan y también con su atención, lo felicito” (Maldonado, 2021)

El usuario no hizo recompra del plan porque el mes de diciembre es más flexible y le impide manejar ese nivel de intensidad.

Se genero un mayor alcance de posibles usuarios en redes sociales por la difusión de historias de este estilo:

Ilustración 10 Santiago



Fuete Instagram: @s.maldonado18

3.6. Proyección de cómo iterar

Después de realizar el proceso de prototipado se evidenciaron ciertos problemas como:

La implementación del modelo para incentivar el público femenino.

Moldear el entrenamiento con la misma filosofía a personas que estén iniciando.

Como quitar el tabú de las mujeres en pole dance y al mismo tiempo hombres.

Partiendo de estos problemas se planteó un segundo prototipado el cual tiene como fin, reajustar los puntos críticos que no se realizaron o no fueron positivos en el prototipado.

Como primer principio, el uso de bandas de resistencia tanto para los principiantes como para las mujeres que quieren iniciar el deporte.

Como segundo dar testimonios de atletas femeninas que puedan contar su historia ya sea en calistenia, pole dance, yoga. Esta estrategia permitirá quitar el sesgo de ser un deporte masculino o femenino dependiendo de la disciplina.

Y finalmente, educar a cada persona de la filosofía del negocio, en la que busque que todos los clientes estén enfocados en mejorar su acondicionamiento físico y su estabilidad emocional sin tener que generar ningún problema entre los otros usuarios.

4. Finanzas

4.1. Margen de contribución por producto o servicios

la estructura de precios de venta es muy básica ya que, la principal promesa del negocio es no generar un sesgo por pagar de más y creer tener preferencias.

Se manejarán planes mensuales trimestrales y anuales, cada plan contiene:

- Acceso a las tres zonas de entrenamiento:

Yoga y estiramiento

Pole dance

Calistenia y entrenamiento funcional

Plan de entrenamiento guiado:

Días de entrenamiento

Enfoque en preferencias del cliente

Seguimiento visual cada mes

Profesores

La sesión guiada por cada profesional.

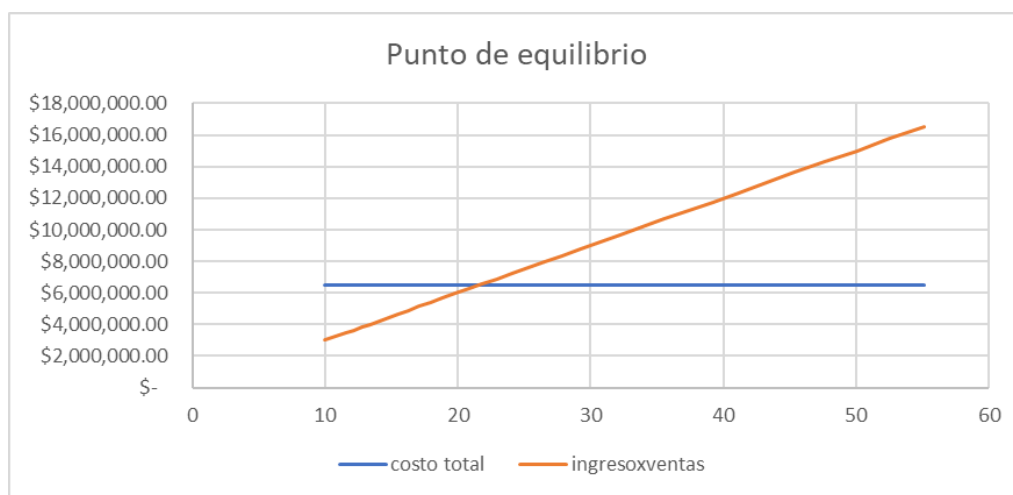
El plan tiene un valor de 300.000 COP por 12 sesiones

Si se desea un plan trimestral tiene un costo de 800.000 COP

El valor del año tiene un costo de 2.500.000 COP

4.2. Punto de equilibrio en unidades y dinero por producto

Ilustración 11 Punto de equilibrio



Fuente: Elaboración propia

El punto de equilibrio del negocio se da cuando se venden 22 planes, a un costo de 6,000,000 COP. Se identifica que pasando el punto de equilibrio la empresa empieza a crecer más aumentando sus ingresos y manteniendo costos no tan homogéneos con el otro crecimiento.

Flujo de caja mensual 60 meses (5 años)

Ilustración 12 Flujo de Caja

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA					
Unidades Vendidas	24	45	84	158	1,936
VENTAS	\$ 47,751,380	\$ 87,949,859	\$ 165,005,711	\$ 309,572,808	\$ 580,800,038
Total Ingresos	\$ 47,751,380	\$ 87,949,859	\$ 165,005,711	\$ 309,572,808	\$ 580,800,038
Mano de obra (incluyendo prestaciones)	\$ 12,000,000	\$ 18,000,000	\$ 20,700,000	\$ 22,770,000	\$ 22,770,000
Salario	\$ 12,000,000	\$ 18,000,000	\$ 20,700,000	\$ 22,770,000	\$ 22,770,000
Costos indirectos de fabricación	\$ 3,600,000	\$ 3,801,600	\$ 4,014,490	\$ 4,239,301	\$ 4,476,702
Redes sociales	\$ 3,600,000	\$ 3,801,600	\$ 4,014,490	\$ 4,239,301	\$ 4,476,702
Gastos Administrativos y Operacionales	\$ 15,000,000	\$ 12,672,000	\$ 13,312,550	\$ 14,058,053	\$ 29,245,304
Hosting y Dominio	\$ 3,600,000	\$ 3,801,600	\$ 4,014,490	\$ 4,239,301	\$ 4,476,702
Servicios Públicos	\$ 7,800,000	\$ 8,236,800	\$ 8,698,061	\$ 9,185,152	\$ 9,699,521
Internet	\$ 600,000	\$ 633,600	\$ 600,000	\$ 633,600	\$ 669,082
Arriendo	\$ 3,000,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 14,400,000
FLUJO DE CAJA NETO OPERATIVO	\$ 17,151,380	\$ 53,476,259	\$ 126,978,671	\$ 268,505,454	\$ 524,308,032
Egresos No Operacionales (nada que ver con el negocio; las multas)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Egreso no Operacional	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ -
CAJA INCLUYENDO EGRESO NO OPERACIONAL					\$ 524,308,032
Aportes socios	\$ 4,775,138	\$ 8,794,986	\$ 1,010,780	\$ 500,000	\$ 500,000
Creditos obtenidos	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ -
Subtotal ingresos financieros	\$ 4,795,138	\$ 8,814,986	\$ 1,030,780	\$ 520,000	\$ 500,000
Comisiones Bancarias	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Egresos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Caja del período					\$ 524,808,032
Caja inicial					\$ -
Caja neta acumulada					\$ 524,808,032
Impuesto a la renta	\$ 6,002,983	\$ 18,716,691	\$ 44,442,535	\$ 93,976,909	\$ 183,507,811
Total impuestos	\$ 6,002,983	\$ 18,716,691	\$ 44,442,535	\$ 93,976,909	\$ 183,507,811
Caja del período despues de impuestos					\$ 341,300,221
Caja inicial					\$ 1,741,152,912
Caja neta acumulada después de impuestos					\$ 2,082,453,133

Fuente: Herramienta Financiera Juan David Rojas (2021)

Análisis flujo de caja:

Se evidencia que las ventas por cada plan vendido tienen un crecimiento elevado, en donde en el año 3 se ve en la necesidad de buscar un espacio más amplio u otra sede, ya que se tienen 148 usuarios en promedio, que necesitarían un espacio más grande para entrenar.

Además, las ventas en el año 3 y 4 muestran una necesidad de la empresa de migrar a clientes online, tanto a nivel nacional como a nivel internacional.

Balance general y estado de resultados

Ilustración 13 Informes Financieros

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 47,751,380	\$ 87,949,859	\$ 165,005,711	\$ 309,572,808	\$ 580,800,038
<i>Inventario inicial materia prima</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<i>Compras materia prima</i>	\$ 3,600,000	\$ 3,801,600	\$ 4,014,490	\$ 4,239,301	\$ 4,476,702
<i>Inventario final de materia prima</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 1	\$ 2	\$ 3
<i>Materiales directos consumidos</i>	\$ 3,600,000	\$ 3,801,600	\$ 4,014,490	\$ 4,239,301	\$ 4,476,702
<i>Mano de obra directa</i>	\$ 5,000,000	\$ 5,280,000	\$ 5,575,680	\$ 5,887,918	\$ 6,217,641
<i>Costos indirectos de fabricación</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<i>Costo de productos fabricados</i>	\$ 3,600,000	\$ 3,801,600	\$ 4,014,490	\$ 4,239,301	\$ 4,476,702
<i>Costos variables</i>	\$ 15,000,000	\$ 16,340,000	\$ 17,755,040	\$ 19,249,322	\$ 20,827,284
<i>Costo de ventas</i>	\$ 18,600,000	\$ 20,141,600	\$ 21,769,530	\$ 23,488,623	\$ 25,303,986
Utilidad Bruta	\$ 29,151,380	\$ 67,808,259	\$ 143,236,182	\$ 286,084,185	\$ 555,496,052
Depreciación y Amortización					
Gastos de administración y ventas	\$ 3,600,000	\$ 3,801,600	\$ 4,014,490	\$ 4,014,490	\$ 4,476,702
EBITDA					
Utilidad Operacional	\$ 25,551,380	\$ 64,006,659	\$ 139,221,692	\$ 282,069,695	\$ 551,019,350
Gastos financieros	\$ 13,634,979.58	\$ 13,634,979.58	\$ 13,634,979.58	\$ 13,634,979.58	\$ 13,634,979.58
Utilidad Antes de Impuestos	11916399.98	\$ 50,371,679	\$ 125,586,712	\$ 268,434,715	\$ 537,384,371
Impuestos (13%)	1549131.998	\$ 6,548,318	\$ 16,326,273	\$ 34,896,513	\$ 69,859,968
Utilidad Neta	\$ 10,367,268	\$ 43,823,361	\$ 109,260,440	\$ 233,538,202	\$ 467,524,403
capital de trabajo	\$ 62,775,137.96	\$ 25,974,929.35	\$ 61,802,855.57	\$ 70,101,842.35	\$ 93,390,007.67
inversión en kt	\$ 0.00	\$ -36,800,208.60	\$ 35,827,926.22	\$ 8,298,986.78	\$ 23,288,165.32
Balance General	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo					
Caja y Bancos	\$ 24,775,137.96	\$ 43,974,929.35	\$ 82,502,855.57	\$ 92,871,842.35	\$ 116,160,007.67
Cuentas por Cobrar	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Inversiones	\$ 50,000,000.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Total Activo Corriente	\$ 74,775,137.96	\$ 43,974,929.35	\$ 82,502,855.57	\$ 92,871,842.35	\$ 116,160,007.67
Activos fijos	\$ 7,000,000.00	\$ 7,392,000.00	\$ 7,392,000.00	\$ 7,392,000.00	\$ 7,392,000.00
Depreciación acumulada	\$ 1,000,000.00	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
Activos fijos netos	\$ 6,000,000.00	\$ 6,392,000.00	\$ 6,392,000.00	\$ 6,392,000.00	\$ 6,392,000.00
Total Activos	\$ 80,775,138	\$ 50,366,929.35	\$ 88,894,855.57	\$ 99,263,842.35	\$ 122,552,007.67
Empleados	\$ 12,000,000.00	\$ 18,000,000.00	\$ 20,700,000.00	\$ 22,770,000.00	\$ 22,770,000.00
Pasivos Corto Plazo	\$ 12,000,000.00	\$ 18,000,000.00	\$ 20,700,000.00	\$ 22,770,000.00	\$ 22,770,000.00
Obligaciones Bancarias	\$ 13,634,979.58	\$ 13,634,979.58	\$ 13,634,979.58	\$ 13,634,979.58	\$ 13,634,979.58
Pasivos Largo Plazo	\$ 13,634,979.58	\$ 13,634,979.58	\$ 13,634,979.58	\$ 13,634,979.58	\$ 13,634,979.58
Total pasivos	\$ 25,634,979.58	\$ 31,634,979.58	\$ 34,334,979.58	\$ 36,404,979.58	\$ 36,404,979.58
Capital Suscrito y Pagado	\$ 70,000,000.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Perdida/Utilidad Acumulada					
Total Patrimonio	\$ 70,000,000.00	\$ 18,731,949.77	\$ 54,559,875.99	\$ 62,858,862.77	\$ 86,147,028.09
Total Pasivo y Patrimonio	\$ 95,634,979.58	\$ 50,366,929.35	\$ 88,894,855.57	\$ 99,263,842.35	\$ 122,552,007.67

Fuente. Elaboración propia.

4.3. Indicadores financieros

Tabla 2 Indicadores Financieros

indicadores financieros	
TIR	28%
VPN	84,103,370
B/C	0.8058

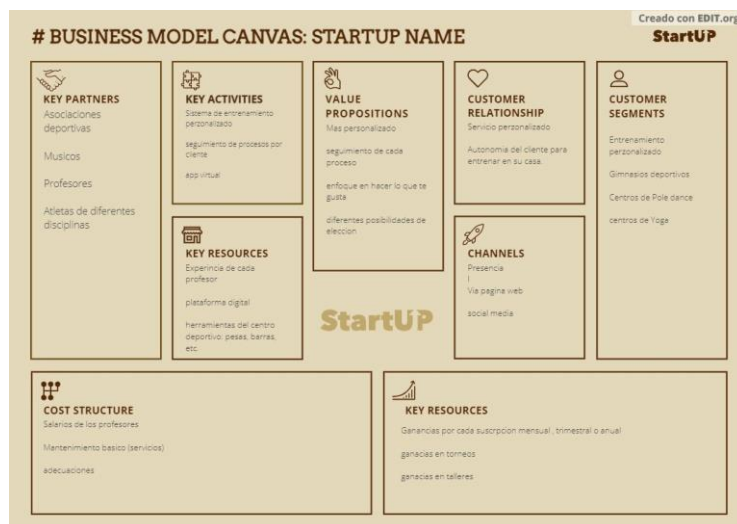
Fuente: Elaboración propia.

La TIR es aceptable sabiendo los créditos por lo que debe pasar el emprendimiento, muy cercana a el promedio de las TIR optimas que es de un 35%.

5. Modelo de negocio

5.1. Modelo de negocio económico

Ilustración 14 Business Model Canvas



Fuente: Business Model Generation

5.2. Stakeholder map

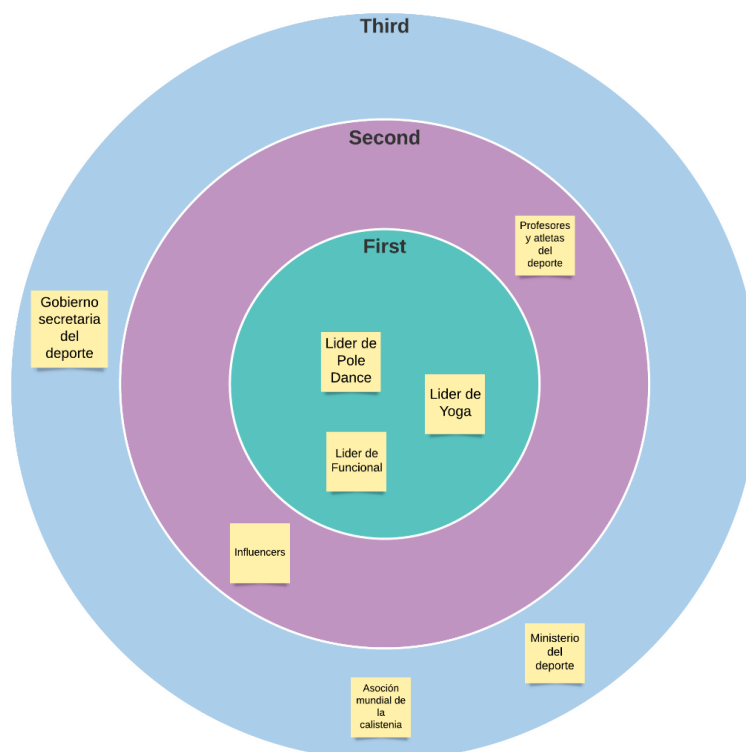
Gobierno, secretaria del deporte: ente encargado de todos los temas relacionados con permisos deportivos legales.

Asociación mundial de calistenia: Único ente validado para reconocer los talleres y torneos como oficiales.

Ministerio del deporte: ente del gobierno, que permite dar voz a los emprendimientos deportivos.

Profesores y atletas: son los colaboradores que estarán en cada sesión de cada deporte, además, los atletas tendrán la posibilidad de participar en torneos y en algunos casos, realizando talleres.

Ilustración 15 Stakeholder Map



Fuente: Elaboración propia

5.3. Análisis PESTLE

Ilustración 16 Análisis PESTLE



Fuente: Elaboración propia.

5.4. Modelo de negocio sostenible

Esta herramienta permite identificar el modelo de negocio sostenible de cada emprendimiento, teniendo en cuenta los aspectos económicos, ambientales y sociales.

Ilustración 17 Canvas de sostenibilidad



Fuente: Elaboración propia.

Descripción de mi emprendimiento: El principal propósito del negocio es crear un espacio en donde las personas puedan crear un hábito saludable a partir de una elección a su gusto, en el que tendrán un seguimiento personalizado basado en sus necesidades y preferencias.

¿a quién impacto? Impacto a las personas que desean cambiar su estilo de vida por completo, tanto en el acondicionamiento físico como en la nutrición, además, a las personas que tienen ya un hábito establecido, solidificarlo aún más generando herramientas para el crecimiento como deportista.

Impactos positivos del emprendimiento: El impacto es positivo a nivel macro, ya que cada usuario podrá tener un mejor rendimiento en el trabajo, una mejor calidad de vida y así, reducir las tasas de insatisfacción en Colombia.

Contexto para la sostenibilidad: debido a los cambios tan bruscos en las nuevas tecnologías y tendencias de los consumidores, se ve la necesidad de crear un hábito saludable que será referencia como marca personal de cada persona al momento de presentarse. Motivos como la pandemia, generaron que más de un 50% de las personas realicen ejercicio físico en sus casas por la cantidad de tiempo restante de no tener que dirigirse a ningún lugar físico.

Características de mi servicio: es un servicio personalizado, que tiene un seguimiento muy estricto, con flexibilidad entre la presencialidad. Además, la posibilidad de conocer un grupo de personas generando una comunidad deportiva, conociendo otras disciplinas y potencializando cada proceso.

Estrategia comercial a largo plazo: como se busca crear un ámbito saludable este va a permitir crear un vínculo con el negocio, lo que permitirá que cada cliente sea más duradero y potencial cada día.

Inversión y financiación: en un principio serán los bancos y máximo tres inversionistas, ya que, en un futuro la idea del negocio es generar una comunidad masiva la cual pueda estar en cualquier lugar del mundo.

Emprendedor: 8 años de experiencia en el sector del deporte, mas 15 años como deportista, me permiten tener una mirada clara del negocio y como este puede ayudar a las personas.

Equipo de trabajo: en este caso se tienen en cuenta las tres líneas de negocio, es decir que se tendrán seleccionado dos personas, partiendo de que una línea será dirigida

por el creador del emprendimiento, estas dos personas estarán encargadas de seleccionar a los profesores que harán parte de las diferentes clases personalizadas.

5.5. Definición de un plan de acción sostenible

Ilustración 18 Plan de acción sostenible



Fuente: Elaboración propia.

Impactos positivos o negativos de mi negocio: como parte fundamental el reto de pasar de ser un centro deportivo que solo gana por mensualidades a ser una comunidad deportiva que busque fomentar cambios en la sociedad por medio de planes de entrenamientos, talleres, torneos, entre otras actividades. Así mismo, romper ciertos tabú en la sociedad relacionados a las mujeres y como el pole dance será un deporte disruptivo,

que quitara un sesgo de años y permitirá que os hombres tengan una mirada crítica y participativa de esta nueva disciplina.

Estrategia comercial sostenible: desde que un usuario adquiere su plan se le tomaran fotos cada mes para seguir su proceso, si él lo decide servirá como testimonio para futuros clientes, además, tendrá retos que le permitirán motivarse cada día en mejorar sus habilidades, para poder seguir con el proceso. Los tipos de aliados serán comunidades deportivas, grupos deportivos, asociaciones y emprendimientos y marcas de suplementos.

Inversión y financiación: como primera instancia el crédito para el primer emprendiendo, como segundo a mediano plazo, inversionista para acelerar el negocio.

Emprendedor: en este caso el líder o creador del negocio estará a cargo de toda la estructura financiera y, además, estará a cargo de una línea de negocio llamada calistenia.

Equipo de trabajo: en este caso serán 2 personas en la parte productiva y 2 personas en la parte administrativa. En la parte operativa estas personas inicialmente deben reconocer la propuesta de valor del negocio y su filosofía para poder hacer una correcta selección del personal que ingresara.

6. Referencias bibliográficas

- Benson, C. (2021). Statistics show Bodyweight Training is one of the hottest trends in the fitness industry today - British Columbia Personal Training Institute. Retrieved 24 May 2015, from <https://www.bcpti.ca/bodyweight-training-hottest-trends/#:~:text=According%20to%20the%20ACSM%2C%20bodyweight,trends%20in%20the%20fitness%20industry.&text=Body%20Weight%20Training%3A%20Body%20weight,to%20the%20basics%E2%80%9D%20with%20fitness.>
- Fitness 2020: 'Hanging' and Other Trends to Look For. (2021). Retrieved 20 May 2020, from <https://www.healthline.com/health-news/fitness-2020-hanging-exercises-trends>
- Legislación. (2021). Retrieved 21 October 2020, from <https://emprendimiento.comercio.wordpress.com/leyes-de-emprendimiento/>
- The biggest fitness trends of 2021. (2021). Retrieved 6 February 2021, from <https://whateveryourdose.com/2021-fitness-trends-from-eye-yoga-to-hiit-without-the-hurt/>
- Lufkin, B. (2021). The evolution of home fitness. Retrieved 5 May 2020, from <https://www.bbc.com/worklife/article/20200504-covid-19-update-quarantine-home-workouts-during-coronavirus>
- Muñoz, A. (2021). Cambios de consumo de deportes: oportunidades para el sector. Retrieved 9 December 2020, from <https://blog.saleslayer.com/es/oportunidades-sector-deportes>
- Pedraza, E. (2021). Bar barians. Retrieved 16 July 2016, from <https://www.forocalistenia.com/topic/2804-bar-barians/>
- The Rise of Pole Dancing as The New Fitness Trend - Dushko International. (2021). Retrieved 23 April 2019, from <https://dushko.com/pole-dancing-new-fitness-trend/#:~:text=The%20pole%20dance%20fitness%20trend%20is%20about%20focusing%20on%20appreciating,the%20practice%20of%20body%2Dpositivity.>