



VICERRECTORIA DE ESTUDIOS DE POSGRADO
Trabajo final para optar por el Título de
Maestría en Dirección Comercial

Proyecto para la instalación de un gimnasio
multifacético en el Distrito Nacional, con equipos de
última generación

Postulante:

Rosa María Martos Pequeño
2014-2617

Asesor (a):

Ivelisse Y. Comprés Clemente, MBA

**Santo Domingo, D.N.
Abril de 2016**

RESUMEN

La presente propuesta para la implementación de un gimnasio ha sido realizada con el propósito de satisfacer un público que demanda todos los servicios que son particulares de este tipo de negocios, además de las innovaciones deportivas que son solicitadas por los usuarios. El público objetivo considerado para este establecimiento es el conglomerado de habitantes del sector seleccionado; además de las personas cuya vida laboral esté cercana a la zona con edades entre 18 a 45 años; usuarios fuera de este rango de edad también pueden ser considerados, agregando a la propuesta entrenamientos y clases especiales. Aunque existen muchas opciones de gimnasio, los usuarios están dispuestos a probar las tendencias nuevas, por lo que las prácticas novedosas que se ofrezcan serán un factor determinante para atraer al público, además de un servicio enfocado, principalmente en el público femenino. Las estrategias de promoción fueron trazadas de tal modo que cumpla con el propósito presentado, para hacer de este gimnasio, el líder de la zona. Las mismas se enfocaron en atraer la atención de los clientes mediante actividades sin costo alguno de los servicios ofrecidos en el establecimiento, los cuales se ofrecen el día de la apertura y consecutivamente como una actividad periódica en diferentes periodos del año. La inversión inicial que se necesitó para emprender el negocio fue financiada a través de la inversión de dos accionistas y la parte restante por el autor del proyecto. La evaluación financiera en su totalidad reveló que este proyecto es conveniente para su realización.

ABSTRACT

The present proposal for the implementation of a gym has been made in order to satisfy a public who demands all the services that are unique to this type of business, in addition to the sports innovations that are requested by the users. The target audience for this establishment is considered conglomerate residents of the selected sector; in addition to people whose work life is between 18 to 45 years, users outside this age range may also be considered, adding to the proposal trainings and special classes. Although there are many fitness options, users are willing to try the new trends, therefore innovative practices that are offer will be a determinate factor to attract the public, and a service that focused mainly on female customers. Promotion strategies were planned in such a way that meets the purpose presented, to make this gym, the leader in the area. They focused on attracting the attention customers through activities at no cost of the services offered at the establishment, which are offer on the opening day and consecutively as a regular activity in different times of the year. The initial investment that was needed to launch the business was financed through the investments of two shareholders and the remaining part by the author of the project. The financial assessment revealed that this whole project is suitable for implementation.

INDICE

RESUMEN	ii
ABSTRACT.....	iii
INDICE	iv
LISTA DE TABLAS	vii
LISTA DE GRAFICOS	viii
INTRODUCCION.....	1
CAPITULO I. LOS SERVICIOS Y LOS GIMNASIOS.....	4
1.1. Antecedentes y evolución de los gimnasios.	6
1.1.1. Historia de los gimnasios en la República Dominicana.....	8
1.2. Beneficio de los gimnasios.	9
1.3. Riesgos de ir al gimnasio.	11
1.4. Cosas que se deben evitar antes de ir al gimnasio.	13
1.5. Clases del gimnasio.	16
- De Fuerza.	17
- Cardiovasculares.	17
- De cuerpo y mente.....	17
1.6. Clases colectivas vs salones de peso libre.	18
1.6.1. Lo ideal: clases colectivas combinado con salones de peso libre.	18
1.6.2. Salones de peso libre.	19
1.6.3. Máquinas de ejercicios cardiovasculares.....	19
1.6.4. Clases colectivas.....	20
CAPITULO II. INVESTIGACION DE MERCADO	21
2.1. Tipo de investigación.	23
2.2. Método.	23
2.3. Herramienta.....	24
2.3.1. Encuesta.....	25
<i>Fórmula para determinar la muestra</i>	25
2.4. Características del servicio a brindar.	26
2.5. Segmento del mercado.....	27
2.6. Análisis del entorno.	29

2.6.1. Entorno tecnológico.....	30
2.6.2. Entorno social.	30
2.6.3. Entorno macroeconómico.	31
2.6.4. Entorno político y legal.	32
2.7. Análisis de la demanda.	34
2.7.1. Análisis de la demanda actual.....	35
2.7.2. Análisis general de la encuesta.	39
CAPITULO III. PROPUESTA PARA LA INSTALACION DE UN GIMNASIO EN EL DISTRITO NACIONAL, CON EQUIPOS DE ULTIMA GENERACION.....	41
3.1. Descripción de la propuesta.	41
3.2. Objetivos de la propuesta.....	42
3.3. Estrategias.....	42
3.3.1.A. Estrategia de posicionamiento.	43
3.3.2.B. Estrategia de servicio.....	45
3.3.3.C. Estrategia de ofertas.....	46
- Educación.....	50
- Pasión por ayudar.	50
- Experiencia.....	51
- Educación continua.....	51
- Personalidad.	51
3.3.4.D. Promoción.	51
- Clases gratis mensual.....	52
- Dos por uno.....	52
- Descuento en membrecía para estudiantes.....	52
3.3.5.E. Estrategia de ventas.....	52
Horario de clases gratuitas el día de la inauguración.	53
- Carrera.	56
- Subir y bajar las escaleras.	57
- Saltos sobre bancos.	57
- Saltos con soga.....	57
- Sentadillas.....	57
- Fondo.	57
- Abdominales isométricos.....	57

- Lounge.....	57
- Flexiones de brazo.	58
3.4. Estructura organizacional.	58
3.4.1. Accionistas del proyecto.	58
3.4.2. Organigrama de la estructura.	59
3.4.3. Descripción de puesto.....	60
3.4.4. Recursos tecnológicos.....	64
3.4.5. Recursos económicos.....	69
3.4.6. Activos fijos.	70
3.4.7. Costos directos.....	71
3.4.8. Gastos de personal.....	71
3.4.9. Gastos administrativos.....	73
3.4.10. Nivel de Ingresos.....	73
3.4.11. Estado de resultados.....	73
3.4.12. Balance Scored Car	75
CONCLUSION.....	78
LISTA DE REFERENCIAS.....	79
ANEXOS.....	80

LISTA DE TABLAS

Tabla No. 1. Participación.....	35
Tabla No. 2. Asistentes.....	36
Tabla No. 3. Horarios.....	36
Tabla No. 4. Preferencias.....	37
Tabla No. 5. Otros servicios.....	37
Tabla No. 6. Aceptación.....	38
Tabla No. 7. Precios.....	39
Tabla No. 8. Horarios de atención.....	46
Tabla No. 9. Horario de servicios.....	49
Tabla No. 10. Clases gratuitas.....	53
Tabla No. 11. Hora loca.....	55
Tabla No. 12. Accionistas.....	59
Tabla No. 13. Organigrama.....	60
Tabla No. 14. Equipos a utilizar.....	64
Tabla No. 15. Inversión inicial.....	69
Tabla No. 16. Activo fijo.....	70
Tabla No. 17. Gastos de personal.....	72
Tabla No. 18. Gastos administrativos.....	72
Tabla No. 19. Ingresos.....	74
Tabla No. 20. Estado de resultados.....	74

LISTA DE GRAFICOS

Figura No. 1. Ciclo de vida del segmento gimnasios.....	22
Figura No. 2. Fuentes de información.....	23

INTRODUCCION

La buena forma física, a través del bombardeo diario de publicidad que nos manifiesta la importancia de una vida saludable, para nadie es ningún secreto, que cada día, las personas buscan diferentes maneras de cuidar su salud, y a la vez mejorar su apariencia física. Para lograrlo acuden a expertos nutriólogos o médicos, con el fin de llevar una dieta balanceada, y a la vez realizan ejercicios físicos que les permita alcanzar el cuerpo soñado.

Esta tendencia ha abierto las puertas a un interesante mundo de oportunidades dentro de los negocios. Los centros de entrenamiento, dígase gimnasios, ya no son solamente un espacio con pesas, también dedican parte de su estructura para crear espacios que ofrecen otras actividades, como Zumba, Kick Boxing, Yoga, Pilates, entre otras.

A pesar de esto, es muy común, que muchas personas abandonen esta práctica, sobre todo las mujeres, por la razón de que cuando toman la decisión, por primera vez, de inscribirse en un gimnasio, esperan contar con un personal profesional capacitado que sirva de guía e indique qué ejercicios debe realizar, según sus objetivos y más importante aún, cómo hacerlos, más esto no sucede siempre así, debido al entrenamiento de carácter colectivo que se lleva a cabo en dichos gimnasios, donde la interacción personal entre las personas inscritas y los entrenadores, puede ocasionar incomodidad en las primeras, en vista de las necesidades de privacidad que manifiestan algunas personas, principalmente de sexo femenino.

Es por este motivo que presento la idea de un gimnasio vanguardista en el Distrito Nacional, caracterizado por la innovación tecnológica, además de contar con un personal altamente calificado enfocado en lograr resultados en los clientes.

La investigación realizada para lograr identificar las características y preferencias de los clientes, del mercado y de la competencia, se basó en una encuesta conformada con preguntas claves, después de tabuladas los resultados arrojarán luz para determinar estos factores.

En el presente trabajo se presentarán los estudios que se evalúan al momento de iniciar a elaborar y analizar un proyecto de inversión para instalar un gimnasio en el Distrito Nacional; con estos análisis se pretende demostrar la viabilidad y factibilidad económica de nuestra inversión.

Con miras a conseguir los resultados que necesitamos se ha dividido el trabajo en tres capítulos:

- Los Servicios y los Gimnasios: En este acápite se realiza un preámbulo, con la intención de dar a conocer de forma general, lo importante que es ofrecer un servicio de calidad dentro de cualquier proyecto, es por esta razón que es necesario contar con un personal entrenado y con excelentes relaciones interpersonales, estas características serán claves para el éxito o fracaso de la empresa, además son requisitos que van a brindar confiabilidad.
- Estudio de Mercado: Este es el segundo paso a realizar, ya que a través de este podemos comprobar si existe o no una demanda insatisfecha que suplir a la población, a través de la cual podemos argumentar la creación del proyecto, además de que será la base a partir de la cual obtendremos la información para iniciar el proyecto. En este estudio se toman elementos determinantes como la demanda, oferta, precios, apuntalados en la investigación de campo.
- Propuesta: Después de la investigación antes realizada, se le da forma al planteamiento de la propuesta, el cual sería el tercer paso de este proyecto,

en este se plasman las estratégicas y las tácticas con las que se contara para dar a conocer y posicionar el negocio, es decir, que el nombre del mismo quede plasmado en la mente del consumidor. Además se realiza un estudio del análisis económico – financiero es necesario estar consciente de los costos fijos y variables en los que vamos a incurrir frente a este proyecto. De esta manera podremos determinar cuáles son los recursos que necesito para emprender el proyecto.

CAPITULO I. LOS SERVICIOS Y LOS GIMNASIOS

Kotler, Bloom y Hayes, definen un servicio de la manera siguiente: "Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico. (Kotler Philip, 2004). Complementando ésta definición, cabe señalar que según los mencionados autores, los servicios abarcan una amplia gama, que va desde el alquiler de una habitación de hotel, el depósito de dinero en un banco, el viaje en avión a la visita a un psiquiatra, hasta cortarse el cabello, ver una película u obtener asesoramiento de un abogado. Muchos servicios son intangibles, en el sentido de que no incluyen casi ningún elemento físico, como la tarea del consultor de gestión, pero otros pueden tener un componente físico, como las comidas rápidas.

En este punto, y teniendo en cuenta las anteriores propuestas, planteo (a modo de resumen) la siguiente definición de servicios:

"Los servicios son actividades identificables, intangibles y percederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes". (www.promonegocios.net, 2016).

Enfocando los servicios al sector que se tratará en este proyecto, es importante resaltar que los servicios ofrecidos en el mismo son brindados por un personal, el cual debe tener una adecuada formación, la preparación y actitud es determinante para ejecutarlo con la excelencia que se espera.

Es de vital importancia que estos centros dediquen un presupuesto para que este personal reúna las características necesarias en cuanto a la atención al cliente y que posean el enfoque esperado.

Siempre que se trata el tema de los gimnasios, el concepto que llega a la mente es un espacio físico cerrado, compuesto por máquinas y pesas y creado única y exclusivamente para hombres y mujeres interesados en mantener una imagen física atlética. Esta concepción se ha ido transformando a través del tiempo y ramificando, comprendiendo diferentes aspectos a cubrir en cuanto a las necesidades del individuo, conectando cuerpo y mente.

Para comenzar a hablar sobre los gimnasios, es importante que conozcamos y entendamos el significado del mismo; “el término gimnasio se utiliza para designar a aquellos espacios especialmente creados para que se realicen en ellos diversos tipos de actividad física. Hoy en día, la palabra gimnasio es más que nada utilizada para clubes o centros de deporte de tipo privado en los cuales es necesario pagar un abono para acceder a los diferentes lugares de ejercitación. Al mismo tiempo, mientras un gimnasio puede englobar diversas actividades, por lo general se llama así al área que cuenta con máquinas cardiovasculares y de musculación tales como pesas, mancuernas y aparatos de diferente tipo”. (Definición ABC, 2007).

Sin embargo, en la sociedad dominicana, en una gran parte de los dominicanos, de los más variados estratos sociales, se percibe el gimnasio, como un esnobismo, como personas light; personas que no saben qué hacer con su tiempo. Incluso, algunos miran a los gimnastas como personas narcisistas.

Más allá de la validez o, no, de estas percepciones, de los mitos y paradigmas, alrededor de esta gran oportunidad de negocios, de recreación y del desarrollo físico, mental, social y espiritual; de lo que se trata es de cómo visualizamos los gimnasios, a la luz del desarrollo integral de las personas; que al mismo tiempo, coadyuve a un desarrollo equilibrado, combinado de las dimensiones personales, en tanto, ejemplifica y especifica la disciplina; así, como el gimnasio se constituye en un espacio de interacción social, que expresa una sana armonía, una mayor confianza, que posibilita más cohesión social, más Capital Social.

En este capítulo se destacan los importantes beneficios que acarrea el asistir regularmente al gimnasio, la ayuda que proporciona, tanto física como mentalmente y que permiten mantener y a mejorar la salud de los individuos.

Así mismo, es importante poner en conocimiento a las personas que estén conscientes sobre los factores de riesgo que existen al acudir a estos centros, con la finalidad de que tomen las precauciones necesarias a la hora de elegir y utilizar algunas de las instalaciones del gimnasio.

1.1. Antecedentes y evolución de los gimnasios.

La palabra gimnasio proviene del griego, derivada de gymnos, que significa desnudez, lo que se traduce como “lugar donde se va desnudo”. Este término nace en Grecia para describir el espacio donde se enseñaba y realizaba educación física, esta última se ejercitaba al desnudo.

A lo largo de la historia han existido diferentes sistemas de gimnasia, pero quien realmente la renovó fue el Sr. Pehr Henrik Ling (1776-1839), creador del Instituto Central de Gimnasia de Estocolmo, quien estableció el término como gimnasia sueca.

En Europa el desarrollo de los gimnasios viene gracias al pedagogo Friedrich Jahn (1778-1852), a quien se le conoce como el padre de la gimnasia. Para el año 1811 originó en Berlín, el Turnverein, el cual era el primer espacio creado para realizar esta práctica deportiva al aire libre, este concepto estaba presente en toda Alemania y comprendía ejercicios, creados por el mismo Friedrich, que desarrollaban la fuerza física y la autodisciplina para los que usaba piezas de aparatos estáticos.

En España, Francisco de Paula Amorós (1770-1848) es considerado el iniciador de la cultura física en el Real Instituto Militar Pestalozziano en 1806. Francisco de Aguilera en 1863, seguidor de Amorós, obtuvo la dirección del Gimnasio del real Madrid después de diseñar diversas máquinas de ejercicios que alcanzaron el reconocimiento internacional. En 1865 se inauguró en Estocolmo el Instituto Médico Mecánico, el sueco Guastav Zander siguiendo las ideas de Ling, sentó las bases de la gimnasia medico mecánica, mecanoterapia, que se extendería por todo el mundo para la recuperación y readaptación de las personas que sufrieron secuelas en la I Guerra Mundial. En Barcelona Letamendi creó en 1868 con su colaborado Francisco Casas, un denominado “establecimiento dinamoterápico” para llevar a la práctica sus ideas. Concebido como “templo-cátedra para ejercicios morales y evangélicos y cuyo objetivo esencial es el de crear hombre buenos,

sanos, dignos, humildes, fuertes, sobrios, virtuosos, perfectos para sí y útiles a la sociedad; más breve cristianos". (Cairo, 2007).

Fue para el año 1820, cuando surge en Estados Unidos, específicamente dentro de la universidad de Harvard el primer gimnasio del país, seguido a su vez por la Academia Militar de Westpoint, además de muchos otros institutos y campus universitarios, que propagaron esta nueva práctica principalmente entre las personas jóvenes y que marcaba muy bien la definición de rendirle culto al cuerpo.

El culto al cuerpo está ahí, pero al mismo tiempo, lo trasciende, como siguiendo enhilo conductor del bienestar, de la simbología de la calidad de vida, de una expresión de status social. Sin embargo, en el mundo, el fenómeno social que es el gimnasio, ha desbordado aquella mirada, para ahora constituirse cuasi en un área del deporte.

El gimnasio y los gimnastas forman parte de ese fenómeno social que es el deporte, donde se erigen en grandes competidores.

El gimnasio, hoy, es un espacio para el desarrollo de expectativas, para las búsquedas de logros y romper barreras y limitaciones, incluso, genéticas y un tanto sociales.

Se convierte en una parte tan vital en algunos seres humanos, que logran romper récords ancestrales en la historia del deporte. Así, que el gimnasio y los gimnastas, son dos alas de un mismo edificio: es ejercicio (físico), y, es, deporte, cuando entra en el campo de la competición.

Ese ha sido el devenir, de un transcurrir que evoluciona de manera tan dinámica como las sociedades, ya que cada día más, el gimnasio, es una respuesta de la vida organizacional de los individuos, que encuentra eco con el avance de la tecnología que los acompaña.

1.1.1. Historia de los gimnasios en la República Dominicana.

La gimnasia en República Dominicana se inicia por José Domínguez en el año 1972, siendo residente en Estados Unidos. Para el 1974 cuando le otorgaron la sede los Juegos Centroamericanos y del Caribe a la República Dominicana, se mostró interesado en representar al país como atleta entrenando al equipo que representaría al país, en Radio Televisión Dominicana, pasando luego al Centro Social Obrero de Villa Francisca.

En 1973 se hizo el primer intercambio internacional, celebrado en el Centro Social Obrero, con la Universidad de Michigan. Se escoge al primer grupo de niñas del Liceo Salomé Ureña, además de otro grupo del Liceo Estados Unidos y Unión Panamericana, bajo la dirección de José Domínguez, hasta que llegaron los entrenadores internacionales Laven Ydenson, norteamericano y María C. Díaz Uribe, mexicana, Jose Dominguez pasa a ser capitán del equipo, primer monitor y Gladis Sánchez, primera monitora. El 5 de Mayo de este mismo año, la Federación Dominicana de Gimnasia dirigida por el Dr. William Coss Pérez anuncia la llegada de un equipo completo en aparatos de gimnasia y anuncia la práctica de la gimnasia en las escuelas.

En el año 1974 se forma la Escuela Nacional de Gimnasia, siendo sus entrenadores Jose Dominguez y Gladis Sánchez, quienes fueron nombrados también en el Club Naco, pasando la gimnasia al sector privado. Ya para el 1979 cuando se celebran los Juegos Deportivos Nacionales San Francisco de Macorís, donde participa prácticamente todo el país. En este año, cuando el ciclón David, destruyo todas las instalaciones, y de aquí en adelante la gimnasia paso a representar a los pueblos del Cibao. (Fedogim. Federacion Dominicana de Gimnasia, 2013).

La cultura del gimnasio logra catapultarse, sobre todo, a partir de los años 90, con más fuerza en el 1997, ya que una nueva carga de esperanza se revestía en el horizonte. Con una nueva generación en el poder y con un crecimiento de la economía a partir del 1992, que se dieron grandes transformaciones, económicas, laborales; en el país comenzaron a florecer negocios que antes no existían con asiduidad, con sistematicidad.

Las expectativas de La Administración del Ocio, se dispararon y con ello, vino un nuevo horizonte: los gimnasios. Los gimnasios al ser parte de servicios, tiene que ver mucho

con la conciencia de los ciudadanos con respecto a la salud, al equilibrio, a la administración del tiempo y a los ingresos.

Pero, el puntaje de inflexión, como cultura del gimnasio, no de manera aislada, sino social, lo viene a dar los años 90.

1.2. Beneficio de los gimnasios.

Son muchas las interrogantes que surgen al momento de decidirse a comenzar una rutina de ejercicios en el gimnasio. En su mayoría un gran porcentaje de personas se inscribe en un gimnasio con la finalidad de bajar de peso, una combinación entre dietas y ejercicios continuos que permitirán el cumplimiento de este objetivo.

Citando una publicación del Periódico digital El Nacional “Los médicos tienen que prescribir la actividad física” porque es el “próximo paso esencial para combatir la epidemia del sedentarismo”, que afecta al 80% de los niños del mundo, afirmó a Efe la especialista Patricia Sanguis, participante en un foro científico en Buenos Aires. (Nacional, 2014).

Con una combinación pesas y ejercicios aeróbicos, además de mejorar la apariencia física, también fortalece el corazón, las probabilidades de contraer enfermedades cardiacas es menor, ya que, cuando se realiza ejercicios la frecuencia cardiaca es más intensa y esto permite limpiar los vasos sanguíneos. En adición a esto, el ejercicio también baja la presión arterial, los triglicéridos y los niveles de colesterol, de esta manera la sangre fluye mucho mejor a través de las arterias. Científicamente está demostrado que hacer ejercicios 30 minutos al día cinco días a la semana, reduce considerablemente los riesgos de padecer algún tipo de enfermedad cardiaca o tener un infarto.

Además de los beneficios que se pueden percibir a la vista, como el lucir una buena figura, también existen otros beneficios de suma importancia y que contribuye a mejorar considerablemente la salud tanto física como mental.

Asistir regularmente al gimnasio se vuelve un estilo de vida, en este espacio se relacionan con personas diferentes y que al mismo tiempo pueden tener los mismos objetivos, ayudando a mejorar la vida social, además de resultar interesante ya que comparten un

mismo interés, desarrollando una amistad, que al final se traduce en motivación para llevar a cabo ininterrumpidamente los entrenamientos, logrando con esto un alcance de los objetivos y contar con buena salud, además de que permite que las personas se sientan más cómodas en su vida diaria.

El gimnasio, cuando forma parte de nuestra vida cotidiana, se vuelve una autoafirmación de nuestro yo. La autoestima se alcanza en un juego placentero de la vida. El gimnasio refuerza nuestra vida vital como ser humano. Nos reconforta y nos permite una existencia más equilibrada.

A veces, llega un momento que cuando no asistimos, algo grande de nuestra vida nos han quitado. Nos envuelve en un estilo de vida que se convierte como el oxígeno para poder vivir. Es la plenitud de la conciencia. Es que el gimnasio, se convierte para el cuerpo, lo que la lectura es a la mente.

El contar con un entrenador dispuesto a ayudar a llevar a cabo estas rutinas, sirve de gran motivación para las personas, ya que se sienten apoyados por alguien más, alguien interesado en que cumplan sus objetivos, además de brindarles la confianza al estar pendientes a la realización correcta de cada uno de los ejercicios con la finalidad de evitar lesiones.

Un entrenamiento físico periódico, ayuda sobremanera a una persona a manejar mejor cualquier tipo de lesión ósea, ya sea, por ejemplo, una operación de rodilla, hombro o cualquier otra articulación; es decir, una persona acostumbrada a entrenarse se rehabilitara con más rapidez.

Al hacer ejercicios se quema grasa, ya que el cuerpo utiliza los depósitos de grasas existentes en el organismo para proporcionar la energía necesaria al encontrarse ante la realización de un esfuerzo físico mayor, esto se traduce a que los niveles de glucosa en la sangre disminuyen y es por esto que se pierde peso.

Además de los beneficios antes expuestos, existen otros puntos que identifican como un factor positivo la salud mental que conlleva el ejercitarse día a día. El estilo de vida al que se está acostumbrado, acarrea ciertas dificultades que pueden volverse crónicas con el

tiempo, como lo son el estrés, la ansiedad, falta de sueño y falta de concentración, estos problemas se pueden eliminar si se mantiene un equilibrio mental ligado a una rutina diaria de ejercicios. Esto es así ya que al ejercitarnos liberamos endorfinas, lo que provoca una sensación de bienestar y relajación en el individuo, ayudando a aliviar el estrés y la ansiedad, y a manejar la depresión.

En conclusión podemos decir que mientras más nos ejercitemos mayores puntos positivos agregaremos a nuestro estilo de vida. Tomarse el tiempo para realizar una rutina de ejercicios es algo bueno para cada persona que desea mantener un balance mental y físico, esto se traduce en que el camino por la vida será más sereno y tranquilo.

No hay nada en la vida más importante que sentirse bien con uno mismo. Una o dos horas en el gimnasio, es poner la mente en blanco, es un acto de egoísmo positivo, donde uno se olvida de los déficits de la vida cotidiana. El gimnasio se convierte, se transforma en la energía renovada, en la esperanza cierta de una mañana con menos sorpresas.

Cuando se está en el gimnasio, no miramos el hoy, nos solzamos en el mañana. No hay nada que contribuya más a crear una visión, a pensar en el futuro que hacer ejercicio en un gimnasio cómodo. Pues el gimnasio desarrolla, al mismo tiempo, produce más Capital Humano.

1.3. Riesgos de ir al gimnasio.

Es mucho lo que se documenta sobre los beneficios que trae consigo ir al gimnasio, pero muy pocas veces las personas se detienen a buscar información sobre los riesgos que también existen en estos espacios, donde se busca obtener la perfección del cuerpo.

Es importante tener gran cuidado en el cuarto de baño, por sus características; cerrado y húmedo, es un lugar donde fácilmente se pueden albergar los hongos, ya que este medio posee las condiciones ideales para la proliferación de los mismos. Contraerlos en estos baños es muy fácil, ya que se comparten las duchas y la mayoría de veces sin tener cuidados, para evitar el contagio puedo recomendar utilizar un calzado apropiado cuando ingrese a la ducha, de esta manera los pies no estarán en contacto directo con el piso.

Hay que tener especial cuidado con los colchones disponibles en las áreas de aeróbicos, son utilizados por un gran número de personas, es necesario secarlo antes con una toalla, ya que pueden estar húmedos. En este mismo orden es importante que las medias que se utilice sean las correctas, unas medias de algodón ayudaran a que tus pies respiren, además se deben cambiar tan pronto se termine de realizar la actividad física.

Otro de los riesgos más significativos es que existe alta posibilidad de contraer virus o bacterias; esto es así ya que en los gimnasios hay muy afluencia de personas y es muy fácil contagiarse de virus como la gripe. Es importantes pasarle un paño o toalla a las maquinas antes de utilizarla.

Otro factor significativo es el querer levantar pesos que no son los considerados para tu contextura física o tu entrenamiento, esto puede provocar lesiones o dolores después de ejercitar, hacer el ejercicio en una mala postura o realizar un movimiento brusco puede ocasionar serias consecuencias si no se cuenta con la supervisión de un instructor, sobre todo en los primeros días de acudir al gimnasio.

Los gimnasios con superpoblación son muy estresantes, ya que a menudo el lugar está abarrotado de personas y se vuelve un caos al utilizar una máquina, sobre todo durante las horas pico del día.

Para concluir, otro riesgo al que casi nunca se le presta atención, es la condición en que se encuentran las máquinas, un aparato sin las condiciones debidas y que no se encuentre en óptimas condiciones, hará que el ejercicio se realice de mala manera, tal vez, con un esfuerzo innecesario que también puede degenerar en una lesión.

Todo lo que el ser humano hace se puede mejorar. Un gimnasio es un negocio especial, queremos ganar, empero, es un compromiso con la salud, con el desarrollo físico, mental, en aras del desarrollo humano. De ahí, que un gimnasio debe ser siempre competitivo, con todo lo que ello encierra.

Eso aborda, la hermosa frase de Einstein “Cualquiera que no sea confiable en asuntos pequeños no puede ser confiable en asuntos grandes, importantes”. Debemos de resguardar a esos seres humanos, teniendo maquinaria, tecnología acorde a un servicio

de calidad, evitando que pierdan lo que fueron a buscar y mantener: salud y la sublimación de los egos.

Es importante procurar que el gimnasio donde se desee depositar la confianza mantenga unos estándares de higiene y aseo, comenzando por los baños, prestar especial atención en que el personal contratado realice periódicamente la limpieza de las áreas, las máquinas, las alfombras, percatarse de todo esto ayudará a que evitemos cualquier problema de salud.

1.4. Cosas que se deben evitar antes de ir al gimnasio.

Siempre ha sido una interrogante, qué tanto puede dificultar el rendimiento al tener relaciones sexuales antes de someter el cuerpo a una demandante rutina de ejercicios. Aun los expertos no han despejado esta incógnita, pero si están completamente seguros de que hay ciertas cosas que intervienen en el desarrollo de la capacidad física de una persona.

La importancia de la alimentación es un factor determinante en la realización de algún ejercicio físico, lo que ingerimos puede afectar definitivamente lo que sería el rendimiento y llevar al individuo a un agotamiento físico. Es preciso que la persona tenga un balance entre su rutina de ejercicio físico y una dieta sana y altamente nutritiva, rica en proteínas. Este tema se encuentra mejor desarrollado en el apartado dedicado a la Alimentación en el Deporte, de la Guía de Alimentación y Salud de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED): “La alimentación y el deporte deben recorrer juntos un largo camino para llegar al podio o simplemente para sentirse bien”, pero “no todos los deportes llevan asociado el mismo tipo de alimentación. Se deben hacer diferencias según una serie de características como tipo de acto deportivo, aeróbico o no, características del deportista, etc.” (Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED). Facultad de Ciencias. Nutrición y Dietética. , 2016)

Tomando en cuenta que no todo el mundo asume una total disciplina en cuanto a llevar un estilo de vida saludable, basado en ejercicios y una dieta saludable, más abajo se tratarán algunos temas que es imprescindible evitar cualquier tipo de personas antes de iniciar cada día su actividad física en el gimnasio.

1. Escoger la vestimenta adecuada: En muchas ocasiones se suele tomar la primera prenda de ropa que se tenga a mano para hacer ejercicio, esto es un error, existen ropas confeccionadas con el tejido adecuado y especiales para realizar esta práctica, la persona debe estar cómoda y poder realizar sus ejercicios de la manera más flexible posible, además las zapatillas adecuadas también son un punto determinante para esta rutina. Se debe evitar ir al gimnasio con chancletas (cross), jeans y gorras, no son las prendas apropiadas, además que absorben mucho el sudar y esto puede ocasionar otros inconvenientes.
2. Cuidar la higiene: Muchas personas entienden que como van a sudar, no es necesario higienizarse antes de comenzar la práctica, es importante que se esté consciente que es un lugar público donde hay otras personas, muchas se requieren ayuda de una de esas personas para lograr realizar algún ejercicio, es por esto que darse una ducha es muy importante antes y después del ejercicio.
3. Cuidar la ingesta de algunas bebidas: A parte de cuidar lo que se come, también es necesario controlar lo que se bebe, se debe evitar consumir té o bebidas relajantes antes de ir al gimnasio, ya que esto puede ser un elemento que cambie el estado de ánimo del individuo, dificultando la realización de algún ejercicio.
4. Tratar de no acudir al gimnasio en el vehículo: Según los expertos una mejor opción es llegar al gimnasio en bicicleta, corriendo o caminado, esto ayudará a realizar un ejercicio cardiovascular de calentamiento. De esta manera se evita el estrés de manejar, además de buscar donde estacionarse y a la vez permite un ahorro del combustible.
5. Ir con el tiempo prudente: El tiempo que se invierte en el gimnasio es de beneficio para el individuo, por eso no se permite comenzar una rutina de ejercicios sintiendo ansiedad o estrés porque después hay que acudir a otra cita, esto no es

aconsejable, puesto que el gimnasio es un espacio para la relajación y permite que las personas ahoguen la presión diaria, de los trabajos, hogares y toda aquella actividad que puede generar cierto tipo de agobio.

6. No asistir al gimnasio con malhumor: La práctica no solo se basa en prepararse físicamente, sino también de forma mental, por lo que no es aconsejable comenzar malhumorado, ya que esto puede traer como consecuencia que la persona se ofusque en su entrenamiento. Un punto para contrarrestar esto es escuchar canciones que den ánimo y alimenten una energía positiva.
7. Evitar las legumbres o carnes rojas: Cabe destacar que es importante ingerir estas comidas, ya que su alto contenido proteico va a aportar la suficiente energía para desarrollar una buena rutina, pero a la vez, hay que tomar en consideración que este tipo de comidas no se puede consumir en grandes cantidades antes de iniciar la rutina, ya que la digestión se verá dificultada y esto va de la mano con el rendimiento.
8. Evitar practicar sexo: Lo recomendado según los expertos es evitar la práctica del coito justo antes de comenzar con la actividad física, ya que puede incurrir en limitar un poco los ánimos de ir al gimnasio. Se recomienda que lo ideal sería después del ejercicio, de esta manera, se puede descansar más tranquilo.
9. Hidratarse bien: Siempre se ha hablado sobre la importancia de la hidratación, no solo al ejercitar, sino en todo momento en el día. La recomendación más conveniente es ir bebiendo pequeños sorbos de agua mientras se camina hacia el gimnasio, y continuar igual mientras se está en el medio de la actividad física. Mantener el cuerpo totalmente hidratado evitara contraer alguna lesión.
10. Evitar el uso de los esteroides: El uso de este tipo de producto puede afectar y poner en riesgo la salud. Antes de iniciar con esta práctica es muy importante que la persona se instruya con un profesional del área, y que no se deje influenciar por consejos de personas que no cuentan con una preparación profesional en este aspecto, basándose en mejorar solamente la apariencia física.

1.5. Clases del gimnasio.

Para saber si una clase del gimnasio es apta para nosotros debemos conocer el impacto que tiene sobre nuestro cuerpo. Está determinado por el nivel de agresividad: el choque de nuestros pies sobre la superficie y el golpe que reciben los músculos y huesos durante la actividad.

Hay una gran variedad, de acuerdo a las características del cuerpo, de la edad y de las necesidades que cada persona cree que amerita, tales como:

- a) Zumba;
- b) Crossfit;
- c) Spinning;
- d) Pesas libres.

Es que en el marco de las utilidades del gimnasio, su taxonomía es cada vez más amplia:

- a) Las mujeres embarazadas.
- b) Cuando tenemos una lesión;
- c) Cuando las mujeres dan a luz.

Ejercicios de bajo impacto: bicicleta, maquina elíptica, caminar, nadar, aquagym, yoga, pilates, remo, stretching y levantamiento de pesas. Los pies se mantienen la mayor parte del tiempo sobre una superficie y no los golpean repetidas veces.

Ejercicios de alto impacto: correr, saltar, subir escaleras, clases de step, aerobics, aerobox o fight - do. En todos estos ejercicios los pies golpean fuerte contra el piso, lo que ocasiona un fuerte impacto. Estos ejercicios se deben evitar si se quiere proteger las articulaciones o si la persona tiene sobrepeso. (Entremujeres.clarin, 1996)

La tendencia de los gimnasios en el año 2016, con la finalidad de manejar las necesidades de las personas y cumplir con sus requerimientos, dividen cada clase de la siguiente manera:

- De Fuerza.

Son clases específicas diseñadas con la finalidad de desarrollar y fortalecer los músculos procurando una mejor optimización, la respiración, la salud cardiovascular además de lograr una mayor resistencia.

El mejoramiento de la apariencia física es notorio, ya que un cuerpo tonificado no está flácido y cada músculo está firmes, manteniendo su posición adecuada.

Es excelente para evitar los cambios que incurren durante el envejecimiento, donde la pérdida de masa magra es normal.

- Cardiovasculares.

Son ejercicios bastante completos, y podría decir que son la mayor razón por la que muchas personas se inscriben en el gimnasio, ya que una de las finalidades principales es reducir los niveles de grasa, de modo que el organismo utiliza las reservas de grasa para obtener energía.

Además de que ayudan sobremanera al fortalecimiento del corazón para que sea más eficiente, mejorando la resistencia cardiovascular.

Otra ventaja que proporcionan los ejercicios cardiovasculares es que permite que la persona pueda absorber una mejor oxigenación en cada respiración, esto ayuda mucho al desarrollo de los músculos.

- De cuerpo y mente.

Hay un dicho que cita “mente sana en cuerpo sano”, el cual fue plasmado en Grecia, y que quiere decir que debe existir un equilibrio en el cuerpo y el cerebro. Un cerebro más oxigenado y un corazón fuerte van a permitir una mejor calidad y estilo de vida.

Para comenzar a realizar cualquiera de los ejercicios mencionados anteriormente, es necesario conocer su cuerpo y saber cómo son las condiciones físicas en que se encuentra, de esta manera se elige el ejercicio que vaya más acorde a la necesidad de cada persona. Realizarse un chequeo médico para confirmar que el estado de los huesos

y articulaciones sean las adecuadas para someter al organismo a diversos ejercicios de alta intensidad sin que esto ocasione mayores riesgos.

1.6. Clases colectivas vs salones de peso libre.

Al iniciar un nuevo proyecto, siempre la decisión más difícil es dar el primer paso. Esto es lo que suele suceder cuando se decide llevar a cabo una rutina de ejercicios, después de inscribirse en el gimnasio, el siguiente paso es decidir qué tipo de actividad es que se va a realizar, de ahí surge la siguiente interrogante ¿clases colectivas o clases de pesa?, cabe destacar que esta inquietud es más frecuente en las mujeres que en los hombres.

Es difícil encontrar a un hombre realizando una clase de salón, dígase, aeróbicos, zumba, pilates, el interés de este género al asistir a un gimnasio es desarrollar musculatura, por lo que su enfoque se centra en realizar las actividades de salón con peso libre, donde se encuentran las pesas, mancuernas, y cualquier otra máquina estacionaria cuyo objetivo sea el desarrollo de los músculos.

Se puede mencionar que algunos hombres se están interesando en las clases de spinning, aunque es una clase de salón, tiene la ventaja de desarrollar fuerza en las piernas y resistencia, además que por el tipo de actividad que es, también trabaja de forma directa los abdominales.

Lo primero y más recomendable es analizar cuáles son las actividades que podrías realizar en el gimnasio, además de si los horarios son los que más convienen. Además hay que verificar si el gimnasio dispone de otros instrumentos necesarios para la complementación de la rutina, como por ejemplo los balones medicinales.

1.6.1. Lo ideal: clases colectivas combinado con salones de peso libre.

Lo más recomendable es trabajar una combinación de estas dos actividades, de esta manera complementamos los beneficios que podemos obtener de cada una. Es importante no enfocarse solamente en una actividad, solo por un hecho de gusto, sino

realizar cada una de ella y descubrir la mezcla perfecta que le ayude a lograr los objetivos establecidos.

1.6.2. Salones de peso libre.

Estas son las actividades preferidas por el sexo masculino, ya que la rutina continua de estas propicia el desarrollo de los músculos.

En los últimos años, donde la cultura fitness ha proliferado, cada vez más existe un mayor número de mujeres conscientes de la importancia de entrenar en los salones de peso libre.

Anteriormente las mujeres tenían el concepto de que si levantaban mancuernas o utilizaban una máquina, sus músculos se desarrollarían igual que le sucede a los hombres, pero gracias a los avances que tiene la tecnología para el año 2016, donde tenemos acceso a todo tipo de documentación, se ha entendido que para desarrollar a ese nivel los músculos es necesario un alto grado de testosterona, la cual está presente en los hombres en una proporción 10 veces mayor que en las mujeres, a menos que así se desee, entonces se recurren a métodos complementarios de ingesta de la misma. En algunos hombres, a pesar de producir grandes cantidades de testosterona, el desarrollo de sus músculos es lento, y tienen que acudir a otros métodos.

El trabajo con peso ocupa un lugar muy importante en el cumplimiento del enfoque que se tenga, ya sea para disminuir la grasa corporal, ya que al crear musculo, el metabolismo aumenta ya que este requiere más energía para poder mantenerse. O como el de formar el cuerpo, este entrenamiento se vuelve imprescindible, ejecutando ejercicios que permitan trabajar varias cadenas musculares, con pocas repeticiones y un peso mayor, siempre y cuando el cuerpo pueda soportarlo.

1.6.3. Máquinas de ejercicios cardiovasculares.

Estas máquinas son vitales en los entrenamientos, tanto al iniciar el trabajo físico para acelerar el metabolismo y permite el calentamiento de los músculos, como después de la preparación. Son valiosas para fortalecer el corazón, ya que sin duda, este es el músculo

más importante del cuerpo humano, además permiten un mejor desarrollo del sistema respiratorio.

Para utilizar las maquinas cardiovasculares es necesario que la persona conozca sus limitantes, para de esta manera determinar cuál sería la máquina que más le favorece, según su condición física. Hay que tomar en cuenta los niveles de impacto de cada una, por ejemplo al utilizar la bicicleta ocasionará menos tensión en las articulaciones, diferente si se usa la cinta para correr

1.6.4. Clases colectivas

En las clases colectivas es más prolifera la presencia de mujeres que de hombres, muchas mujeres utilizan solamente esta forma de ejercitarse por diferentes razones:

- Menos contacto con los hombres, ya que por la rudeza de sus ejercicios, sudan más y en ocasiones despiden olores no tan agradables.
- Miedo a probar su fuerza en el levantamiento de mancuernas o utilización de las máquinas.
- Desconocimiento de una rutina que conlleva el uso de mancuernas y máquinas.

No obstante a esto el sentimiento que les da realizar las actividades de salón al sentirse seguras en un espacio donde hay otras personas que comparten los mismos gustos, donde se identifican y a la vez crean un nuevo círculo de amistades.

En las clases de salón hay ejercicios para suplir diferentes necesidades:

- Perder grasa: Para lograrlo se pueden combinar clases para aumentar la fuerza muscular como el Body Fit con ejercicios aeróbicos como el Army training.
- Equilibrio y flexibilidad: Una apuesta para alcanzar este objetivo es realizar una rutina de pilates y yoga. Con esto se mantiene una armonía entre cuerpo y mente.
- Resistencia muscular: El spinning es una actividad muy completa si esto es lo que se persigue, ya que se trabajan directamente las piernas y glúteos, aumentando la resistencia.

Como se puede observar, existe una amplia variedad de opciones para cumplir con las necesidades más exigentes de los usuarios que acuden a los centros de entrenamientos. La importancia de esto radica en conocer las fortalezas y debilidades de su cuerpo, para de esta manera saber qué tipo de actividad es que se va a desarrollar y cual aportará los mayores y más rápidos beneficios, dependiendo de lo que se quiere conseguir.

Se debe tomar en cuenta que la mejor manera de realizar estas prácticas es incluir en la rutina varios tipos de actividades, en ocasiones se incurre en solo realizar el tipo de ejercicio que más guste o tal vez porque sea más fácil, es transcendental salir de la zona de confort y motivar al cuerpo a trabajar diversas rutinas y prácticas.

Nos acomodamos y tendemos a repetirnos. Si ello no es fruto de una indicación médica, debemos ser innovadores, para que el gimnasio, al mismo tiempo que es parte consustancial a nuestra vida cotidiana, no se convierta en una rutina, que termine siendo parte del desazón de la parte déficit de nuestra vida.

En las prácticas en el gimnasio, debemos ser creativos e innovadores, una parte crucial, para ser de éste un éxtasis de dimensiones físicas y emocionales.

CAPITULO II. INVESTIGACION DE MERCADO

En el mundo de hoy la idea de perfección sería una asistencia regular al gimnasio, de esta manera lo que buscamos es mantenernos activos y llevar una vida mucho más saludable. En la actualidad, la decisión de abrir un gimnasio es una de las opciones más acertada. Nos encontramos en medio de un mercado en desarrollo, el fitness no contempla solamente ejercitarse físicamente, sino que se ha transformado totalmente para convertirse en una cultura donde los individuos están más interesados por una mejor salud y una buena apariencia física.

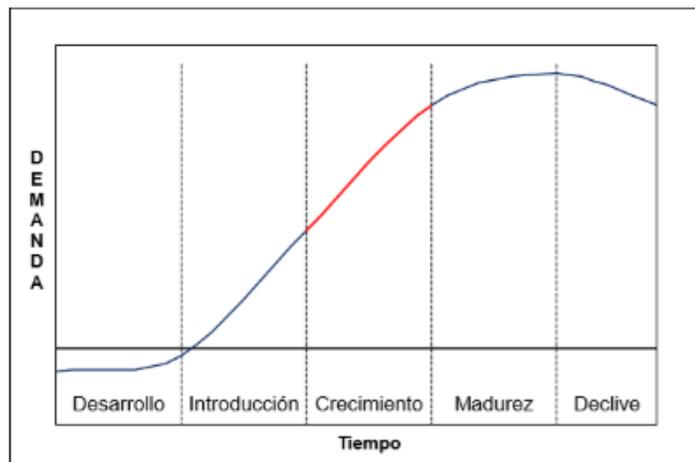
Una prueba fehaciente de que invertir en un gimnasio es una buena opción, son todas las empresas multinacionales que se han establecido en el Distrito Nacional en los últimos años desarrollando este sector y continúan su expansión.

Esta primera etapa del proyecto es lo que nos servirá de guía para obtener las informaciones fundamentales para encaminar el plan. A través de diversas técnicas que nos arrojarán luz sobre la demanda, oferta, precios y comercialización en lo referente a la instalación de un gimnasio.

Este estudio será el factor determinante para establecer el nivel de aceptación o rechazo que tendrá el proyecto en la sociedad, enfocándonos en la evaluación de elementos como; la aceptación del servicio que ofreceremos, los análisis de demanda y pronóstico futuro de la misma, entre otros.

Con lo expuesto anteriormente se puede establecer que cada vez la búsqueda de este tipo de servicios aumenta debido a que los individuos tienen como ideal el lograr “un cuerpo perfecto”, pero esto se alcanza con orden y voluntad en estos centros de entrenamiento. A raíz de esto, se puede decir que en estos momentos el mercado de los gimnasios en República Dominicana se ubica en la etapa de crecimiento, lo que trae como resultado también el avance y se agregan nuevas preferencias deportivas, de esta manera aumentan las ventas; además que estas novedades se presentan como una opción diferente para los usuarios que buscan nuevas maneras de ejercitarse.

Figura No. 1. Ciclo de vida del segmento gimnasios.



Uno de los puntos sobresalientes de este segmento es el trato personalizado que los gimnasios prestan a los clientes, de manera que las personas que asisten a ellos sienten gran satisfacción al ser bien atendidos.

Figura No. 2. Fuentes de información.



2.1. Tipo de investigación.

Descansando en las debilidades que presentan los gimnasios, este proyecto se desarrollará en base al tipo de investigación de campo; con el fin de obtener respuesta a los aspectos analizados en la sección de descripción del problema de este trabajo y poder optimizar mejor la recolección e interpretación de datos.

La investigación tendrá lugar en los mismos centros de entrenamientos con el fin de obtener respuestas más certeras, además de que este lugar representa un área cómoda con la que los usuarios están familiarizados.

Este tipo de investigación es muy valiosa ya que los datos que podemos obtener de ellas nos ofrece una visión bastante real de lo que nuestro objeto de estudio.

2.2. Método.

Para explicar un poco sobre el método utilizado en esta investigación de campo, comenzaré por la definición del propio concepto, el cual proviene de un término griego “meta” que significa hacia y “ados” que significa vía o camino.

Según las informaciones que se persiguen en este trabajo, el método utilizado para desarrollarlas sería el analítico, con este se podrá llegar a una conclusión mucho más práctica y eficaz sobre el objeto de estudio que se analiza, mediante el sistema de la observación y el análisis estadístico del mismo.

Según señala H. Max el método analítico es igualmente aplicable tanto al objeto de estudio concreto como al abstracto.

Este método se divide en varias etapas:

- Observación.
- Descripción.
- Examen crítico.
- Descomposición del fenómeno.
- Enumeración de las partes.
- Ordenación y clasificación.

A partir de esto concluyo diciendo que este método sirve de guía para llegar a los resultados de la investigación, a través de la división de un fenómeno.

2.3. Herramienta.

A partir de los datos obtenidos en la investigación de campo se realizarán y aplicarán encuestas con preguntas orientadas al tema que se está tratando, posteriormente se procederá a la tabulación y organización de los datos.

La encuesta utilizada fue diseñada con preguntadas orientadas al segmento donde se pretende penetrar, con el objetivo de tener a través de esta un conocimiento sobre las necesidades, así como los factores motivacionales que guía a los usuarios a introducirse a un centro de entrenamiento.

Además mediante la observación, se podrá comprobar el comportamiento del público cautivo en un centro de entrenamiento actual, esto permitirá corroborar la veracidad de las respuestas plasmadas en la encuesta.

2.3.1. Encuesta.

Esta investigación está delimitada a la ciudad de Santo Domingo, con una densidad poblacional de 2,374,370 habitantes, distribuidas de la siguiente manera: 1,163,957 hombres y 1,210,413 mujeres, de este total se tomará una muestra de personas entre las edades de 25-45 años correspondiente a la población de personas que acuden a un gimnasio por primera vez con el fin de cambiar su estilo de vida y procurar una mejora en la salud y desean saber la forma de realizar un determinado ejercicio.

El perfil de los usuarios que acuden a los gimnasios se dividirá de la siguiente manera:

- Adultos - jóvenes que son cabeza de familia entre los 35 y 45 años de edad, con un alto nivel de estudio y un estatus social medio y medio - alto (en su mayoría hombres).
- Mujeres en edad universitaria y laboralmente activas.
- Hombres jóvenes, no necesariamente estudiantes ni laboralmente activos.

Fórmula para determinar la muestra

$$n = \frac{z^2 \times P \times Q}{e^2}$$

Donde:

n = Número de elementos de la muestra.

N = Número de elementos del universo.

P = Proporción desconocida de individuos que poseen las características en la población (50%).

Q = 1-P (50%).

z = Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido.

e = Margen de error permitido.

Al reemplazar los valores se obtuvo que el tamaño de la muestra sería:

$$n = 384$$

2.3.1.1. Objetivos de la encuesta.

La encuesta es un factor determinante para poder obtener los resultados de la investigación. A través de ella podré determinar realmente lo que persiguen y demandan los usuarios de un gimnasio.

Los objetivos que se persiguen a través de la misma son:

- Determinar sobre el público objetivo al cual voy a dirigirme, esto me permitirá una mejor segmentación.
- Establecer los gustos y necesidades propias que persiguen o buscan los clientes en un gimnasio.
- Comprobar el valor o importancia de los servicios ofrecidos en el establecimiento a través de los resultados arrojados en la encuesta.

2.4. Características del servicio a brindar.

Es muy importante reunir características esenciales que hagan sobresalir un negocio por encima de la competencia, con alternativas particulares que brinden a los usuarios atributos novedosos, distintos a los existentes en el mercado actual.

En este caso en particular, el gimnasio a establecer disfrutará de espacios físicos amplios para los ejercicios de pesas y ejercicios libres, además de salones espaciosos para clases grupales de aeróbicos, kick boxing, yoga, spinning, entre otros.

Las características más sobresalientes en este centro será el colocar máquinas inteligentes que permitirán un mejor desenvolvimiento de los usuarios. En adición a esto el acceso al gimnasio será a la hora que así lo desee el cliente, pues estará abierto al público las 24 horas del día.

Las clases de salón serán ofrecidas en horarios establecidos; e impartidas por profesionales del área, los cuales estarán altamente capacitados y contarán con un cierto tiempo de experiencia para saber manejar y llevar a cabo estas actividades.

También la instalación de una cafetería que ofrezca un menú con opciones variadas de comidas y bebidas saludables, brindando una dieta balanceada y completa a los clientes. Además de suplir productos que sirven como suplemento al realizar las rutinas de ejercicios, completando un entrenamiento eficaz.

El acceso al establecimiento será mediante la huella digital de los usuarios, con esto buscamos llevar un control de asistencia de los clientes y poder monitorear con más precisión sus avances. Además entendemos que por ser un entidad abierta las 24 horas al público, así tendremos la seguridad que las personas que entren al mismo sean los clientes ya establecidos.

En una segunda etapa se destinará un espacio para ofrecer los servicios de spa con el objetivo de satisfacer todas las necesidades de los usuarios en un mismo establecimiento y que van de la mano con las rutinas de vida diarias.

2.5. Segmento del mercado.

Estableciendo apropiadamente las delimitaciones del segmento del mercado al cual nos dirigimos y conociéndolo podremos establecer las estrategias comerciales bajo las cuales desarrollaremos este proyecto.

El proyecto será delimitado bajo los aspectos siguientes:

- Geográficos
El establecimiento del gimnasio debe ser en una zona de alto tránsito, que a su vez tenga residenciales en las zonas aledañas.
- Demográficos
 - Sexo: Hombres y mujeres interesados en cubrir sus necesidades de acuerdo a las establecidas en este proyecto, en este punto se incluyen personas que a raíz de una cirugía o accidente necesite rehabilitación, además y abarca también las que tienen problemas de postura.
 - Edad: Población que se encuentra entre los 18 y 45 años de edad, aun así no se descarta cualquier otra persona dispuesta a practicar cualquiera de las actividades prestadas.

- Económicos

El enfoque principal será la población de clase media y clase media alta, cuyo nivel de ingreso le permita la facilidad de pagar por los servicios ofrecidos en el gimnasio.

El segmento de los usuarios que acuden a los gimnasios tiene una peculiaridad y es que su asistencia va muy de la mano con la estacionalidad.

En los meses donde se encuentra un ambiente más concurrido en el gimnasio son septiembre, octubre y noviembre, normalmente para esta época la temperatura está más fresca, más agradable y esto hace que más personas se muevan para realizar alguna actividad física, ya para los meses de abril, mayo, junio, julio y mediados de agosto y diciembre esta demanda suele bajar entre un 40% a un 50%, tan pronto el calor apremia la cantidad de personas inscritas baja. Con respecto a enero, febrero y marzo la actividad se vuelve a incrementar, en el primer trimestre del año suelen verse rostros nuevos, esto sucede porque todo el mundo inicia con nuevas ideas y cambios en el nuevo año, y siempre uno de estos cambios suele ser hacer ejercicios, además que la dieta alta en calorías de diciembre por las fiestas hace que las personas suban de peso, a esto se adiciona la temporada de Semana Santa donde la idea de lucir un buen cuerpo en Semana Santa también influye mucho.

Con miras a evitar que los clientes deserten a los pocos meses es necesario el servicio directo con el cliente, y para esto es primordial lo que el instructor pueda ofrecerle. El instructor de abordar e iniciar su entrenamiento con cliente basado en un objetivo, sencillo pero algo que sea firme, que comprometa al usuario, como por ejemplo entrenar para bajar 15 libras en tres meses, y darle seguimiento con el nutricionista, o bajar un porcentaje X del colesterol corporal, en fin, esta meta es importante que sea numérica para asegurar la motivación del cliente.

Tan pronto se defina el objetivo, se pondrán a trabar y el instructor motivará al cliente a realizar una rutina de ejercicios, identificando cuales son los que más favorecen al mismo. De la misma manera proponer ciertas actividades que se realizan en grupo como las clases de Zumba, Kick Boxing, Aeróbicos. También se pueden proponer actividades

como el crossfit, la cual aporte grandes cambios a corto plazo y esto será causa de mayor motivación.

Lograr esto es todo un reto ya que para conseguir este objetivo depende mucho de la propia actitud del instructor, que tenga la voluntad y la disposición, esto va muy de la mano con los incentivos, bonos y demás variables que la empresa pueda ofrecerle al instructor, de esto dependerá su motivación.

2.6. Análisis del entorno.

El ambiente o entorno es un factor que va a intervenir en las operaciones que se llevarán a cabo. Es por esta razón que es tan importante tomar en cuenta un análisis del entorno en que se quiera establecer determinado proyecto, este estudio asegurará que las probabilidades de éxito de esas acciones sean altas. Resulta imprescindible considerar el entorno en el que se va a trabajar.

Para contemplar el desarrollo de un proyecto empresarial se deberán analizar los elementos del entorno en el que se va a desenvolver la empresa.

Se tomarán en cuenta factores del entorno en general, como son:

- Factores del entorno tecnológico.
- Factores del entorno social.
- Factores del entorno macroeconómico.
- Factores del entorno político y legal.

Para poder ejecutar este proyecto lo primero que se debe hacer es reunir la información correspondiente a cada uno de estos factores que van a incurrir en el entorno determinado. En este sentido esta recopilación en ocasiones se torna un tanto difícil ya que la información puede no estar disponible. A veces con los datos arrojados por la investigación que logre efectuar, se sacan las conclusiones en base a estimaciones de cómo se presentan los datos. Aun así, tener una idea de los escenarios que rodean este proyecto, por lo menos un conocimiento aproximado, esas apreciaciones son esenciales para las decisiones que se tomarán posteriormente.

La información básica que conducirá al análisis de la situación es la siguiente:

2.6.1. Entorno tecnológico.

La tecnología es imparable, no tiene frenos, cada día se reinventa, es por ello que se debe prestar especial atención a estas innovaciones tecnológicas, y analizar si esta evolución puede o no desplazar el concepto del negocio y en qué tiempo.

La tecnología cada día es más utilizada y necesaria, es una herramienta muy útil a la hora de mantenerse a la vanguardia en los negocios y ser competitivos. Así mismo el negocio del fitness ha incursionado en este sentido y se proyecta en un sentido vanguardista, los gimnasios actuales cuentan con modernas instalaciones y espacios más amplios.

Para lograr mantener la competitividad en un negocio de este tipo, se recurre a la importación de las maquinarias y equipos necesarios para lograr cubrir las necesidades de los usuarios realizando un adecuado fitness, desde los aparatos cardiovasculares, los steps, las mancuernas el balón medicinal y otros componentes, todos equipos innovadores, bicicletas fijas con computadoras.

2.6.2. Entorno social.

Se debe analizar los hábitos sociales y las necesidades que se va a pretender cubrir mediante el proyecto, y como se espera que evolucione en el futuro.

Cada vez, más a menudo, las personas toman consciencia de los numerosos beneficios que conlleva la práctica regular de ejercicio físico, desde psicológicos hasta sociales. Es por esta razón que el número de asistentes a los centros de entrenamiento crece cada día más, en busca de una mejor calidad de vida. Sin embargo, aun conocido los beneficios de esta práctica, son muchas las personas que no lo incorporan a su vida.

Para contrarrestar el sedentarismo, el cual se ha convertido en uno de los problemas más significativos en la sociedad, el ayuntamiento del Distrito Nacional de Santo Domingo se ha encargado de crear gimnasios libres que pretenden brindar a la población la oportunidad de crear una costumbre de vida con la práctica regular de los ejercicios.

En estos momentos el abanico de posibilidades para realizar ejercicio físico es bastante amplio. La industria del fitness ha marcado una pauta con ofertas múltiples y entornos atractivos.

2.6.3. Entorno macroeconómico.

Es importante situar el momento económico en que se encuentra el país o el mundo, indiscutiblemente esto marcará el éxito o el fracaso de un negocio, ya que no es lo mismo emprender en una época de gran desarrollo económico, que en una periodo de crisis.

Debido a la recesión que presenta la economía en República Dominicana en el 2016, el gobierno realiza los ajustes para reducir el déficit fiscal, a través de políticas económicas, pero a la vez perjudicarían de manera directa o indirecta el negocio, dado esto, las proyecciones que se realizan de la economía del negocio se actualizarían de forma constante; en vista de esto no existen muchas expectativas de que esta situación mejore a corto plazo.

Los costos en lo que se va a incurrir para suplir el gimnasio de las máquinas y diversos implementos deportivos, los cuales serán el activo fijo del mismo y además son la razón de ser del negocio, ya que son utilizados para el desarrollo de las propias actividades del gimnasio, podrían alterar los costos de los servicios, tomando en consideración que muchas de estas máquinas no son fabricadas localmente y que para obtenerlas se debe recurrir a la importación de las mismas, en este caso se deben considerar otros impuestos como los aranceles para poder ingresar estas máquinas al país.

Debido a que los servicios que brindan los gimnasios no son apreciados como de primera necesidad, y se tiene el concepto de que la persona que su desenvolvimiento económico le permita realizar disciplinadamente esta actividad, además de transformar la creencia sobre lo importante de realizar actividad física, a raíz de todo lo antes mencionado es imprescindible que los futuros usuarios tengan el suficiente recurso para poder destinar una parte a pagar los servicios de un gimnasio; de aquí se desprende, que esto es un factor determinante en la elección del entorno.

Así mismo, también se tomarán en cuenta, en caso de que surjan nuevas políticas que incurran en el incremento de sueldos para los empleados, influyendo esta medida en el pago de honorarios de los colaboradores gimnasio.

En este proyecto se busca destacar en los antecedentes económicos: la población, densidad poblacional, crecimiento natural y su estructura social.

Se pueden mencionar cuatro problemas fundamentales que afronta la economía mundial:

- a) Aumento de la inflación.
- b) Disminución de la actividad económica.
- c) Disturbio financiero y merma de riqueza.
- d) Inestabilidades macroeconómicas.

En adición a lo arriba mencionado, existen también los riesgos de desajuste mundial, entre los que se pueden mencionar:

- a) Baja mundial del dólar.
- b) Aumento mundial progresivo a nivel de materiales industriales.
Incremento del costo del capital (tasa de interés).

2.6.4. Entorno político y legal.

Es necesario investigar si existen normas de administración o cualquier tipo de directriz política que vaya a interferir con el ejercicio que quiero desarrollar dentro del proyecto. Es muy importante ubicar si existe alguna norma que incite el satisfacer la necesidad que se atenderá con este proyecto, o en caso contrario que luche contra ella.

Antes de iniciar cualquier tipo de operación, es necesario tramitar los permisos para que la compañía opere legalmente. La legislación para realizar este proceso en República Dominicana está contenida dentro de:

- Código de Comercio.
- Ley General de las Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada No. 479-08.

Registrar el nombre comercial en la Oficina Nacional de Propiedad Industrial (ONAPI)

Requisitos

- Comunicación solicitando el Nombre Comercial o llenar el formulario en la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial ONAPI. Copia de cédula del dueño y/o del solicitante.
- Pago correspondiente en ONAPI.
- Pagar impuesto por Constitución de Compañía en la Dirección General de Impuestos Internos (DGII).

Registrar los documentos legales en la Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo.

El costo depende del Capital Social Autorizado.

Requisitos

- Depositar los documentos legales originales y tres copias.
- Llenar formulario de solicitud de Registro Mercantil.
- Copia de las cédulas y/o pasaportes de los accionistas de la compañía.
- Copia del registro de Nombre Comercial.
- Copia del recibo de pago de impuesto por Constitución de Compañía.

Solicitar el Registro Nacional del Contribuyente (RNC).

Se solicita a la Dirección General de Impuesto Internos (DGII), este servicio es gratis.

Requisitos

- Formulario de Registro Nacional de Contribuyente (RNC).
- Copia de registro del Nombre Comercial.
- Copia del Registro Mercantil.

(<http://www.onapi.gov.do>, 2016)

(www.dgii.gov.do, 2016)

Particularmente para comenzar este proyecto me inclinaría por la Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.).

Las razones por las cuales escogería esta Sociedad son las siguientes:

- 1- Su capital suscrito y pagado se puede constituir con una suma no menor a los RD\$100,000.00.
- 2- No tiene responsabilidad penal, ya que protege a los socios de los compromisos que la sociedad adquiriera, por ejemplo las deudas.
- 3- Los socios limitan su responsabilidad al monto de sus aportes, esto los libra de que tengan que responder con su patrimonio personal.

También se pueden agregar otros aspectos políticos como: la estabilidad política, cambio de leyes tributarias y cambios en las leyes laborales del país, estos cambios jugarían un papel significativo en la constitución y futuro funcionamiento del centro.

En conclusión se puede decir que dependiendo de los resultados que arroje el análisis de los diferentes elementos del entorno se llegará a una serie de conclusiones, que permitirán evaluar hasta qué punto constituyen una oportunidad o una amenaza para este proyecto.

2.7. Análisis de la demanda.

Primero comenzaremos por definir el concepto de demanda, como el conjunto de todos los bienes y servicios que el mercado exige con la finalidad de suplir una necesidad con un determinado precio.

Lo que perseguimos con el análisis de la demanda es calcular los factores que afectan las exigencias del mercado, tomando como base al bien o servicio que vamos a ofrecer y determinar cómo este puede satisfacer esta necesidad.

Podemos citar los siguientes factores que intervienen en el análisis de la demanda:

- La necesidad existente de servicio.
- El nivel de ingreso de la población.
- El precio del servicio.
- El precio de la competencia.
- Gustos y preferencias del usuario.

La manera de obtener las mejores respuestas sobre la investigación será por medio de información procedente de los indicadores económicos y sociales del mercado. A través de estudio estaremos preparados para identificar entonces, el nivel de posibilidad que existe para poner en marcha a este proyecto.

Cabe resaltar que el análisis de este proyecto servirá para puntualizar cuáles serán las dimensiones de la infraestructura, tomando como parámetro el requerimiento de la demanda.

2.7.1. Análisis de la demanda actual.

La demanda potencial se realizó en base a los datos publicados por la Oficina Nacional de Estadística (ONE) del Censo realizado en el año 2010, en el cual se estimó que la población de Santo Domingo es de 2,374,370 habitantes, de los cuales 1,163,957 son hombres y 1,20,413 son mujeres. La muestra tomada fue de 384 personas que acuden o no a los gimnasios, a los cuales se les aplicó una encuesta para desarrollar la investigación de campo cimentada en preguntas claves que nos permitan establecer la demanda existente.

La demanda de este establecimiento es de tipo local, en base a este estudio se identificarán los matices generales que son propios de los consumidores interesados en el servicio a ofrecer, además también se involucra cualquier otro aspecto que sea notable para y que aporte información relevante para determinar el nivel de aceptación o de rechazo del proyecto.

Tabla No. 1. Participación.

Asiste usted al gimnasio?

Variable	Frecuencia	Porcentual
De 18 a 21	15	4%
De 22 a 26	38	10%
De 27 a 31	133	34%
De 32 a 36	164	43%
De 37 a 41	12	3%

De 42 a 45	22	6%
	384	100%

Fuente: 384 encuestados.

De los 384 encuestados, 15 de ellos, o sea un 4% están entre las edades de 18 a 21 años, 38 para un 10% en el rango de los 22 a los 26 años, una cantidad de 133 personas, para un 34% entre los 27 y 31 años, la frecuencia más alta esta en entre las edades de 32 y 36 años, con un total de 164, o sea un 43%, mientras que en 12 personas, para un 3%, está en el categoría de los 37 a 41 años de edad y las 22 personas restantes, o se un 6% de ellas, entre los 42 y 45 años.

Tabla No. 2. Asistentes.

Cuántas veces a la semana asiste al gimnasio?

Variable	Frecuencia	Porcentual
Si	230	60%
No	154	40%
	384	100%

Fuente: 384 encuestados.

Con la finalidad de comenzar con la investigación de campo, es importante tener un número exacto de cuantas personas asisten al gimnasio, los resultados de la encuesta arrojan que una cantidad total de 384 personas encuestadas, 230 de ellas, para un 60%, dicen que asisten regularmente al gimnasio, mientras que las 154 personas restantes no asisten a estos centros, para un 40%, las principales razones que manifestaban estas últimas es que su trabajo o sus responsabilidades diarias no les deja tiempo disponible para realizar alguna actividad física, mientras que algunas de ellas prefieren los entrenamientos al aire libre.

Tabla No. 3. Horarios.

En qué horario asiste regularmente al gimnasio?

Variable	Frecuencia	Porcentual
Matutino	38	16%
Vespertino	87	38%

Nocturno	105	46%
	230	100%

Fuente: 230 encuestados.

Como se puede apreciar en la **Tabla No. 3**, el horario más frecuente de visita a los gimnasios es el nocturno, el cual lo prefieren 105 personas, con un 46%, este sucede como resultado de que las personas encuestadas realizan alguna actividad laboral en horario de la mañana y parte de la tarde, para tener una cantidad de 38 personas que asisten en horario matutino, para un 16%, mientras que las 87 personas restante su tiempo les permite dedicarse a ciertas actividades físicas en la tarde, para un 38%.

Tabla No. 4. Preferencias.

Cuál es su actividad favorita dentro del gimnasio?

	Frecuencia Hombres	Porcentual	Frecuencia Mujeres	Porcentual
Pesas	162	70%	59	26%
Máquinas	30	13%		
Aeróbicos				
Spinning				
Otros	15	7%	15	7%

Fuente: 230 encuestados. Los encuestados podían elegir más de una respuesta.

De 230 encuestas realizadas, 162 hombres, lo que hace un 70% y 59 mujeres, para un 26%, prefieren las pesas por encima de las demás actividades, solo 15 hombres, para el 5% de ellos y 15 mujeres, para un 13% indicó que además de las pesas, también se inclina por la zumba, la cual colocaremos dentro de la categoría de otros, y 30 hombres indicaron que les gusta hacer máquinas, lo que hace un 13%.

Tabla No. 5. Otros servicios.

Le gustaría poder asistir a cualquier hora al gimnasio?

	Frecuencia Hombres	Porcentual	Frecuencia Mujeres	Porcentual
Daycare	173	77%		

Tienda				
Dispensador de bebidas	173	77%	38	17%
Salon / Peluqueria	69	30%	77	33%
Spa	104	45%		

Fuente: 230 encuestados.

Los encuestados podían elegir más de una respuesta.

En conclusión, se puede ver que los hombres le dan más importancia a encontrar un espacio en el gimnasio para el cuidado de sus hijos (daycare), además del dispensador de bebidas para un total de 173 hombres, lo que hace un 77%, en cuanto al spa con una valoración de un 45% para una cantidad de 104 hombres; para el tema del salón se encontró que 69 hombres le dan una importancia considerable para un 30%.

En cuanto en la población femenina un 33% entiende que el salón es un factor importante, para una cantidad de 77 opiniones y 38 acepta que el dispensador de bebidas es significativo, para un 17%.

Tabla No. 6. Aceptación.

Qué opina de un gimnasio abierto las 24 horas del día?

Variable	Frecuencia	Porcentual
Si	154	67%
No	76	33%
	230	100%

Fuente: 230 encuestados.

De todas las personas encuestadas, se resalta que 154 de ellas, cuando se les pidió su opinión en cuanto a un gimnasio abierto las 24 horas al público, estuvieron en total acuerdo, para un total de un 67% de grado de aceptación, mientras que las 76 restantes le es indiferente tener un 33%.

Tabla No. 7. Precios.

Cuánto estaría dispuesto a pagar por estos servicios exclusivos?

Variable	Frecuencia	Porcentual
\$1000-\$1500	153	67%
\$1501-\$2000	115	50%
\$2001-\$3000	77	33%
\$3001-\$4000		

Fuente: 230 encuestados.

Para poder evaluar si este proyecto será satisfactorio, es necesario conocer cuánto estarían dispuestos a pagar los clientes.

Según los resultados, 153 personas del público encuestado está dispuesto a pagar un precio entre RD\$1,000.00 a RD\$1,500.00 por los servicios ofrecidos en este proyecto para un 67%. Mientras que 115 indica un precio de RD\$1,501.00 a RD\$2,000.00 para un 50%. Y un 33% pagaría de RD\$2,001.00 a RD\$3,000.00 para una cantidad 77 personas. Mientras tanto las 39 personas restantes no asisten a estos centros de entrenamiento por tal razón no opinaron, ya que no tienen conocimiento sobre el tema, para un 10%.

2.7.2. Análisis general de la encuesta.

Tomando como base la delimitación del mercado ya establecida, en este estudio tomamos un rango de edad entre los 18 y 45 años de edad. Esto es así pues la población joven está más interesada y tiene entre sus prioridades principales dedicar un mayor tiempo al moldeo de su figura. La participación de la población adulta en este estudio también es esencial y juega un rol muy importante, ya que estos también están enfocados en tener una mejor apariencia física, además que poseen la conciencia para trabajar en pro de una buena salud.

Como ya es de conocimiento, la cantidad de hombres que asiste a un gimnasio supera al número de mujeres, estas son más reincidentes en rutinas de aeróbicos y otras clases de salón, como la zumba, el spinning y el kick boxing.

En el estudio realizado anteriormente se ve una tendencia totalmente diferente, a los conceptos que se tenían arraigados, de lo anterior se concluye que está latente una evidente preferencia hacia las actividades para desarrollar musculatura como por ejemplo el ejercicio con pesas, y se evidencia en ambos sexos. Con la onda del fitness esta actividad ha mostrado un mayor interés e intervención en la población femenina, a continuación citamos la frase siguiente, que puede ayudar a comprender un poco mejor esta tendencia.

“Durante los últimos años ha tenido lugar una revolución en el campo de las pesas femenino ya que se han disipado la mayoría de los mitos entorno a su práctica y se asume que cualquier actividad que se haya considerado tradicionalmente una práctica saludable para los hombres, puede aplicarse de la misma forma a las mujeres”. (Pearl, 2006).

Se destaca que la ajetreada vida en ocasiones no deja tiempo para dedicar un espacio a ejercitar nuestro cuerpo, en vista de que todos los gimnasios tienen un horario limitado hasta las 10:00PM u 11:00PM, este nuevo gimnasio aportaría nuevas opciones a las amas de casa, padres de familia, o personas que su trabajo tiene horarios muy demandantes, beneficiándoles con un espacio seguro con horario ilimitado donde pueden cubrir esta necesidad. En relación a las informaciones en este ámbito, se pone de manifiesto una visión mucho más clara de los horarios predilectos por las personas al momento de realizar ejercicios.

Esta necesidad latente de salir al campo laboral con el fin de mantener o tener cierto estatus social, arroja la luz para determinar realmente los niveles adquisitivos de las personas y ayudará a establecer ofertas y promociones.

Ya con esta búsqueda entendemos que el proyecto base de nuestro trabajo, brindará nuevas opciones de horario y preferencias a los usuarios.

CAPITULO III. PROPUESTA PARA LA INSTALACION DE UN GIMNASIO EN EL DISTRITO NACIONAL, CON EQUIPOS DE ULTIMA GENERACION

El objetivo principal de la propuesta es poner en práctica los conocimientos adquiridos en el transcurso de la formación como maestrante, aplicándolos en la implementación, desarrollo y en la expansión a largo plazo del proyecto personal de un gimnasio, haciendo de este un negocio sólido y duradero, el cual tiene como objetivo contribuir a favor de los individuos que utilizarán los productos y servicios del mismo.

En lo adelante se presentará la propuesta elaborada en base a la investigación de mercado realizada previamente, a través de la cual ya existe un conocimiento previo de las necesidades y objetivos que precisan los usuarios interesados en la salud física. El enfoque está dirigido a la creación de gimnasio que obedezca al cumplimiento de todas las expectativas y requerimientos tecnológicos para cubrir los estándares de los clientes que se proponen estar a la vanguardia con mantenimiento cuidado de la salud corporal.

Con la intención de atraer a todo tipo de público y mantenerlos interesados en el sistema, esta idea de gimnasio contará con máquinas, kick boxing, fitness, spinning, pole dance; cada una de las clases divididas y adaptadas a los diferentes niveles de edades, con la finalidad de que las personas mayores que se inclinen a esta práctica en beneficio de su salud, puedan realizarla sin mucho esfuerzo y sin contratiempos.

3.1. Descripción de la propuesta.

Según la tendencia existente el mundo de los gimnasios ha evolucionado considerablemente, además de que han innovado desarrollando disciplinas diferentes y que resultan atractivas para las personas que asisten a este tipo de establecimiento.

A través de este proyecto se busca atraer desde el público más joven hasta el más adulto, tanto mujeres como hombres, el culto por la belleza física y la preocupación por estar en forma y saludable se ha convertido en el impulso para desarrollar estas disciplinas. Según las vertientes que se obtuvieron mediante la investigación, en este proyecto se busca

mejorar el estilo de vida de las personas que tienen una vida diaria bastante comprometida, y les resulta imposible buscar un tiempo para ejercitarse, que cuenten con una mayor oportunidad en cuanto a la flexibilidad en horario a los clientes para que esta costumbre sea parte de sus vidas y el ajetreo de la vida diaria no sea una razón para impedirlos.

Para poder competir con otras entidades, optaremos por la estrategia de una constante innovación, de esta manera mantenemos a los clientes ya existentes interesados y atraemos a un nuevo público.

Como medida de contrarrestar y competir se introducirá al mercado con la estrategia de bajo costes mediante ofertas en la inscripción, además de que el horario del mismo será algo innovador en el mercado, y aporta cierta flexibilidad a aquellas personas que llevan un estilo de vida un poco ocupado.

3.2. Objetivos de la propuesta.

- A. Dar a conocer el gimnasio en el sector que se establezca y zonas aledañas.
- B. Captar nuevos clientes, se enfocará en la retención y fidelización de los mismos.
- C. Presentar los diferentes tipos de entrenamientos que ofrece el gimnasio.
- D. Determinar la mejor alternativa para promocionar el gimnasio.
- E. Mantener un promedio constante del público durante todo el año, utilizando promociones que conquisten clientes potenciales.
- F. Aumentar el mercado en un 5% para los años subsiguientes.

3.3. Estrategias.

Después de la investigación realizada y enumerar los objetivos que se entiende serán los que le den vida a este proyecto, se presentarán las estrategias utilizadas para cada uno de estos objetivos, es a través de estos que se le dará una dirección unificada a la organización, el compromiso y la planificación serán parte vital para cumplir con la misión que se propone.

A través de las estrategias establecidas más abajo, mediante un plan se pondrá en desarrollo para lograr y encaminar el proyecto de la mano con cada uno de los objetivos que se quieren lograr, esto, con el objetivo de obtener resultados beneficiosos.

3.3.1.A. Estrategia de posicionamiento.

El nombre que debe elegirse a la hora de establecer un comercio debe ser un reflejo de lo que se ofrece en el mismo, además de crear un deseo por el servicio y productos que promete. Esto viene dado a través de fundar las emociones en los individuos, recordando que siempre es importante asegurarse de cumplir lo que se promete.

Es muy importante que un nuevo negocio cuente con un nombre de alto impacto, que las personas asocien rápidamente a las actividades que aquí se van a ofrecer, a través del nombre se puede lograr rápidamente un posicionamiento en la mente del consumidor.

Es esencial determinar lo que se quiere comunicar en este proyecto, atenciones más personalizadas a cada cliente, además de un horario más flexible y que el consumidor entienda que los equipos que encontrará en el establecimiento son innovadores, con tecnología avanzada, además de clases impartidas que no tenga la competencia. Todo esto debe ir entrelazado con la finalidad de que el público objetivo perciba que los valores ofrecidos en el gimnasio serán superiores que los prestados por la competencia.

Otra estrategia de posicionamiento sería poder situar el gimnasio con relación a la competencia, es decir, que los usuarios perciban que los servicios que ofrecerá serán mejores que los servicios que ofrece la competencia, puesto que el nuevo gimnasio tendrá amplia ventaja competitiva en servicios, asesoría, entre otros.

3.3.1.1. Plan táctico

Con el propósito de posicionar el nombre del gimnasio en la mente del consumidor me apoyaré, haciendo énfasis, en las siguientes estrategias:

La oferta de nuevas tendencias para el cuidado físico, como el pole dance y el tai-chi, puesto que ningún competidor del sector los tiene en su haber. A continuación se ofrecen más detalles sobre estas novedosas prácticas:

- Pole dance: es un ejercicio muy completo, muy femenino y sexy, que además de conservar una buena forma, aumenta considerablemente el autoestima y la seguridad en la mujer, es además una práctica muy competitiva, ya que dada sus características cada clase se vuelve un reto a conseguir, los cuales al lograrlos hacen sentir bien a la persona. Para realizar este ejercicio se debe subir por un tubo, el cual está sostenido fijamente del piso y techo, una vez arriba entonces se comienzan a realizar figuras corporales, giros, deslizamientos, cruce de piernas y extraordinarias acrobacias, desafiando la ley de la gravedad, todo esto al ritmo de la música. A pesar de ser un ejercicio muy aceptado por el público femenino, personas del sexo opuesto también pueden optar por estas clases, además en sus rutinas conlleva una combinación de pilates, yoga y baile; solo hace falta un poco de esfuerzo y dedicación para volverse un experto.
- Tai chi: Es una disciplina de bajo impacto ideal para las personas que no les gusta realizar ejercicio por diferentes causas, no les gusta sudar, les produce mucho dolor, si es una persona mayor o si presenta alguna lesión que le impide realizar alguna otra actividad. Al igual que el pilates y el yoga esta práctica aporta muchos beneficios, tanto para la mente como para el cuerpo a toda aquella persona que la practica frecuentemente. Esta actividad es excelente para reducir el estrés, además de los problemas de salud que se originan a partir de este mal, como lo es la presión arterial alta y otras situaciones del corazón.

Además de estos beneficios, estudios han demostrado que practicar Tai Chi brinda un gran alivio a las personas que padecen de fibromialgia, este es un trastorno que causa muchos dolores musculares y fatiga.

Esta práctica presenta varias formas de realizarla, a través de diversos movimientos ejecutados de una manera lenta, pero asegurando el continuo

movimiento del cuerpo; siempre con una adecuada respiración. Es una práctica de relación, de bajo impacto y aeróbica.

La flexibilidad de los horarios que se ajusten al estilo de vida de los usuarios. La intención de este gimnasio es atender 24 horas al día, tomando en cuenta que muchos de los potenciales usuarios finalizan su jornada profesional en horarios nocturnos.

La atención que se brindará al cliente será personalizada, el cliente será monitoreado en cuanto al seguimiento para lograr su objetivo final en el gimnasio.

Se promoverá el concepto de que este será un gimnasio ideal para que asista cualquier persona de todo tipo de segmento, o sea de cualquier edad.

La infraestructura del gimnasio será diseñada con una distribución lógica y cómoda.

3.3.2.B. Estrategia de servicio.

La estrategia de servicio que diferenciará a este gimnasio será el desarrollo de nuevas disciplinas que no ofrecen en la competencia cercana. Además de que el mismo cumplirá con un horario al público totalmente innovador dentro del territorio nacional.

3.3.2.1. Plan Táctico

Este centro de entrenamiento físico surge con la intención de satisfacer un público descontento, tendrá sus puertas abierta al público en general que esté interesado en desenvolverse en ciertas actividades físicas, este interés incluye también la aceptación de niños, los cuales estarán directamente supervisados por un personal totalmente capacitado, esta iniciativa se introduce ya que está demostrado que el ejercicio es parte primordial de cualquier ciclo de la vida de un individuo, promoviendo e inculcando beneficios que aportan calidad en sus cuerpos y mentes y así ocupan y aprovechan parte de su tiempo libre a actividades productivas.

En nuestro país hay incidencia de sobrepeso y obesidad en los niños, este es un tema que aqueja a una parte de la sociedad ya que no existe en el área educación nutricional como tal y por ende la educación física en los niños no es cultivada.

El desarrollo que ha presentado la tecnología ha influenciado mucho en la poca actividad física que realizan los niños, están más concentrados en una pantalla de un celular o una tablet, que disfrutar de las actividades que pueden realizar al aire libre y a la vez esto tampoco es motivado por parte de los padres. Esto va de la mano con una mala alimentación lo que da como resultado el padecimiento de este problema de salud en los infantes.

Este gimnasio dotado de las herramientas necesarias para poder ser utilizadas por los niños, y de esta manera combatir el sedentarismo y mejorar la calidad de vida de los mismos.

Con la finalidad de poder llevar a cabo esta iniciativa es importante contratar un personal con experiencia en educación física. Además esta persona debe saber cómo darle un trato especial a los niños, ya que pueden ser muy susceptibles y además de confianza se les debe inculcar un espíritu de diversión y entretenimiento, no de competencia.

También se contratarán los servicios esporádicos de profesionales en el área de nutrición para que ofrezcan charlas dirigidas a este público y que incluya a sus padres.

El horario que tendrán los usuarios a su disposición para dedicarle un mayor tiempo a las actividades físicas, ya sea, antes o después de sus actividades diarias es el siguiente:

Tabla No. 8. Horarios de atención.

Días	Horario inicial	Horario final
Lunes a Viernes		24 horas
Sábado		24 horas
Domingo	8:00am	4:00pm
Días feriados	8:00am	12:00m

Fuente: Elaboración del autor

3.3.3.C. Estrategia de ofertas.

El gimnasio contará con un cronograma ya establecido con un horario y tiempo para cada disciplina, atendiendo cada una a las necesidades y capacidades de los usuarios.

3.3.3.1. Aeróbicos en piso o en step.

La clase tendrá una duración de una hora. El objetivo de la misma está centrado en una rutina de ejercicios cardiovasculares, tiene que ver mucho con la respiración y a la vez crear resistencia.

3.3.3.2. Bailo-terapia.

El tiempo de duración de esta clase será de una hora y se enfocará en una combinación de gimnasia aeróbica junto con pasos de salsa, merengue, mambo y electro-dance. Para esta clase no se tiene un límite de edad ni sexo en específico, este tipo de ejercicio recurre al baile acompañándolo con música, y se conforma tanto de paso de bajo como de alto impacto. Puede decirse que es una de las terapias alternativas más antigua que existe.

3.3.3.3. Crossfit.

Es una disciplina de gran intensidad y está enfocada en aportar resistencia, se realizará en un período de 45 minutos. Además el entrenamiento se efectuará en base al nivel que posea la persona, dichos niveles son los citados a continuación:

- Elite: está preparado para la persona con un buen adiestramiento físico, con ciclos de entrenamiento de 3 días y 1 día de descanso; o en su defecto 5 días de entrenamiento y 2 días de descanso.
- Practicantes avanzados: aquí entran las personas con buena preparación física, con un programa preparado de 2 a 3 días de entrenamiento y 1 ó 2 días de descanso.
- Practicantes intermedios: personas que desean renovar su condición física general, donde se alternara 1 día de entrenamiento y 1 día de descanso.

3.3.3.4. Pesas y cardio.

Rutinas elaboradas con no más de 2 horas de entrenamiento, en este tipo de ejercicio el usuario tiene la opción de elegir libremente cuanto tiempo está dispuesto a entrenar, según sea su preparación física. Con esta actividad se asegura que el cliente baje su

porcentaje de grasa corporal, ayudando a una mejoría tanto en su físico, como en su salud.

3.3.3.5. Pole dance.

Se trata de una disciplina nueva, que se ha convertido en un ejercicio donde la persona gana masa muscular, resistencia y flexibilidad, igualmente que se trabaja todo el cuerpo. Los efectos que tiene este ejercicio en las mujeres son extraordinarios, ya que contribuye a incrementar su autoestima y seguridad además de moldear su figura.

La característica de esta actividad es que se realiza utilizando un tubo de aluminio, que está fijado al piso y al techo, se baila alrededor del mismo basándose en una combinación de pasos de danza, acrobacia y fitness, cada clase con una duración máxima no superior a 1 hora.

3.3.3.6. Tai-Chi.

Es un arte marcial desarrollada en China que involucra aplicaciones terapéuticas y técnicas para el fortalecimiento y tonificación de los músculos, mejora la postura, da forma y flexibilidad, además de reafirmar el cuerpo. Esta clase puede realizarla cualquier persona ya que no demanda que el usuario posea ninguna condición física especial, cada clase con una duración no superior a 1 hora.

3.3.3.7. Zumba.

Es una clase de salón que se realiza al ritmo de la música, combinando ritmos latinoamericanos; como por ejemplo, la salsa, el merengue, el reguetón, la cumbia y la samba. Esta rutina puede ser practicada por cualquier tipo de persona, el enfoque de la misma está centrado en desarrollar, fortalecer y aportar flexibilidad al cuerpo. Esta disciplina se realiza en un periodo de 1 hora.

3.3.3.8. Spinning.

Es una actividad física que se realiza en una bicicleta estacionaria, la cual se enfoca en fortalecer sobre todo las piernas y crear resistencia, además de quemar calorías; se

ejecuta en un espacio cerrado al ritmo de la música, lo que hace el ejercicio mucho más divertido. El tiempo estimado para esta actividad es 1 hora.

3.3.3.9. Yoga.

Es una disciplina que involucra tanto lo físico como lo mental, fue desarrollada en la india y que promueve tener un mayor dominio del cuerpo y una mejor capacidad de concentración. Practicar esta actividad ayuda a mejorar el estiramiento y la postura del cuerpo. El tiempo que se destina para impartir esta clase es 1 hora.

Además de las diferentes opciones de actividades ofrecidas en el gimnasio, el usuario tendrá a su disposición asesoría nutricional, por parte del especialista en el área, el cual, deberá medir al usuario al inicio de su programa, con la finalidad de conocer el porcentaje de grasa corporal que tiene la persona, cuánto pesa, y; que de acuerdo a los requerimientos y necesidades del mismo se le preparará un programa de ejercicios que atienda justamente a sus necesidades físicas, y a partir de este momento, mensualmente el especialista dará seguimiento con el objetivo de evaluar los avances del usuario y realizara un reporte con sus observaciones o recomendaciones.

Tabla No. 9. Horario de servicios.

Disciplina		Días	Horario
Aeróbicos		Lunes a Viernes	7:30am – 8:30am
			7:00pm – 8:00pm
		Sábado	2:00pm – 3:00pm
Pesas y cardio		Lunes a Sábado	24 horas
Bailoterapia	Niños	Viernes y Sábado	10:00am – 11:00am
	Adultos	Martes / Jueves / Sábado	9:00am – 10:00am 4:00pm – 5:00pm
Tai-Chi		Lunes / Miércoles / Viernes	10:00am – 11:00am 3:00pm – 4:00pm
Pole Dance		Martes / Jueves / Viernes	9:00am – 10:00am 5:00pm – 6:00pm 8:30pm – 9:30pm
Crossfit		Lunes a Sábado	9:00am – 9:45am

		6:00pm – 6:45pm
Spining	Lunes a Viernes	8:00am – 9:00am 6:00pm – 7:00pm
Zumba	Martes / Jueves / Sábado	11:00am – 12:00a 2:00pm – 3:00pm 7:00pm – 8:00pm

Fuente: Elaboración del autor

3.3.3.10. Plan táctico.

Con el propósito de satisfacer las expectativas de los clientes, el servicio de este centro de entrenamiento se basará en ciertos elementos fundamentales del servicio:

El personal identificado para cubrir las áreas que se refieren al soporte en los ejercicios dentro del gimnasio, es necesario que reúna ciertas características, de esta forma es que ganamos credibilidad y confianza por parte de los clientes. Además debe ser una persona que incite o motive a los usuarios a mantener y cumplir con una rutina de ejercicios.

- Educación.

Es importante asegurarnos de conocer la formación del personal a contratar, ya que es la persona en que los clientes confiarán su entrenamiento y esperan lograr resultados tanto físicos como de salud.

Tener la información y soportes que avalen donde ha estudiado, los títulos que posee, o si cuenta con alguna certificación que avale sus conocimientos. De esta manera nos aseguramos que sea una persona preparada profesionalmente.

- Pasión por ayudar.

A parte de la preparación, es muy importante que ese personal cuente con una vocación de servicio, para ayudar, reunir cualidades tan esenciales como ser paciente, tolerante y que transmita los ánimos de motivación y entusiasmo, estimulándolos para conseguir sus metas. Por las características en si del negocio, el personal estará siempre en un contacto bastante directo con el cliente, por esta razón de la relación que sea capaz de establecer el entrenador con el usuario dependerá el éxito o fracaso del negocio.

- Experiencia.

Es cierto que la experiencia no se improvisa, por tal razón mientras más practica laboral tenga mucho mejor. Un personal que cuenta como mínimo con 2 años de trayectoria, que pueda preparar y llevar una rutina de ejercicios, sobre todo identificar que ejercicios puede o no realizar una persona en caso de que presente alguna lesión física. También procurar que esté preparado para brindar ayuda en cuanto a ejercicios post-rehabilitación.

- Educación continua.

A parte de los conocimientos generales que debe conocer cualquier instructor capacitado, se tomaran en cuenta personas que estén especializadas en otras áreas vinculadas a la salud física y preparación, o con miras a hacerlo; por ejemplo en nutrición.

- Personalidad.

Este personal estará diariamente tratando con personas, por lo cual su actitud debe ser afable, proactivo, que comunique confianza. Es necesario que sea una persona estable emocionalmente, por lo cual durante el proceso de evaluación se le realizaran pruebas psicométricas y psicológicas.

3.3.4.D. Promoción.

Con el objetivo de dar a conocer el nuevo establecimiento se confeccionarán volantes, los cuales serán distribuidos por toda la zona. Además de esto se debe de poner un especial cuidado en el trato que se le dé a los clientes, ya que a partir de aquí la mejor promoción es el marketing viral o el marketing de boca a boca, se usaran incentivos como descuentos o premios por su fidelidad.

Otra forma de darle promoción será pagar un espacio en uno de los medios de comunicación más efectivo y que llega a una gran cantidad de personas, para esto se utilizaría un periódico que se distribuye masivamente y es gratuito, con esto aseguramos que la publicación llegue a muchas personas.

3.3.4.1. Plan táctico.

Las estrategias promocionales para atraer la atención del público y planteadas para orientar al gimnasio al logro de los objetivos propuestos, son las siguientes:

- Clases gratis mensual.

Para captar la atención de las personas hacia algunas de las actividades innovadoras que tendrá el gimnasio, se optará por ofrecer dos viernes al mes clases gratis de pole dance y tai-chi, durante tres meses, en el horario matutino. Con esto se busca posicionar el nombre del gimnasio en la mente del consumidor, de esta manera estas personas comentarán a sus conocidos sobre las novedades que se ofrecen y se logra llegar al público más rápido, gracias a las referencias obtenidas de las experiencias vividas.

- Dos por uno.

A través de la membresía de un usuario, adicionalmente se le otorga un cupón válido por 10 días, con la finalidad de que otra persona pueda asistir con ese cupón el día que desee hasta agotar los 10 días, esto permite que más personas puedan utilizar y probar los servicios del gimnasio.

- Descuento en membresía para estudiantes.

Promoción enfocada en mantener un nivel promedio del público activo en el gimnasio, y para diciembre la asistencia al mismo disminuye, se busca aprovechar las vacaciones de los estudiantes secundarios y universitarios con el objetivo de que prueben los servicios y además mantener el nivel promedio esperado mensual. Esta promoción será válida solo cuando el estudiante presente su carnet y que el mismo se encuentre vigente.

3.3.5.E. Estrategia de ventas.

Para atraer la atención del público y promover la prueba de los servicios que estarán disponibles en el gimnasio, se ofrecerá una clase gratuita, así las personas contarán con la ventaja de palpar la calidad del servicio y evidenciar si el gimnasio cumplirá sus expectativas, además tendrá la oportunidad de evaluar que horario de clases le conviene más.

3.3.5.1. Plan táctico.

Antes de la apertura formal del gimnasio, se realizará un volanteo y perifoneo por toda la zona, con la intención de que las personas asistan el día de la inauguración y prueben de manera gratuita las clases que se brindarán en las disciplinas de Aeróbicos, Tai Chi,

Crossfit, Pole Dance y Bailoterapia, cada una de estas actividades se impartirá en determinados horarios.

Tabla No. 10. Clases gratuitas.

Horario de clases gratuitas el día de la inauguración.

Clase	Horario
Aeróbicos	7:00am – 8:00am
	12:00m – 1:00pm
	5:00pm – 6:00pm
Tai Chi	8:30am – 9:30am
	1:30pm – 2:30pm
	3:00pm – 4:00pm
Crossfit	10:00am – 11:00am
	4:00pm – 5:00pm
	8:30pm – 9:30pm
Pole Dance	11:00am – 12:00m
	7:00pm – 8:00pm
Bailoterapia	8:30am – 9:30am
	4:30pm – 5:30pm
Zumba	10:00am – 11:00am
	6:00pm – 7:00pm
Spinning	10:30am – 11:30am
	7:00pm – 8:00pm

Fuente: Elaboración del autor

Como en todo proceso de lanzamiento, y habiendo realizado actividades de promoción antes, como volanteos y perifoneos, el cliente se crea una expectativa y desea saber las innovaciones que traerá el nuevo establecimiento. El día de la apertura se entiende el flujo de personas al lugar será constante, lo que ayudará que las personas conozcan las instalaciones, estén conscientes de los servicios que se ofrecerán en el gimnasio, al igual que podrán interactuar con el personal del lugar, de esta manera pueden conocer el nivel de profesionalismo de los mismos.

Pudiendo probar el servicio, los clientes ayudarán a promocionar las actividades e instalaciones del gimnasio, a su vez este marketing viral atraerá más clientes al establecimiento, de esta manera la clientela crecerá considerablemente.

Como estrategia de ventas para continuar cultivando más clientes el gimnasio contempla otras ofertas, que marcarán la pauta en este tipo de industria.

En adición a la iniciativa antes expuesta, y aprovechando el apogeo de las redes sociales se creará una página web con la finalidad de llegar a un mayor número de seguidores en tiempo real. Además de registrarse en redes populares como Facebook, Twiter o Instagram el usuario tendrá la oportunidad de conocer las primicias en los servicios y ofertas que ofrecerá este centro, además en un futuro se integrará que pueda recibir una respuesta inmediata de manera virtual.

Las redes sociales son un instrumento cada vez más favorable, y beneficia tanto a las empresas como a los usuarios. El peso que ejerce dentro del proceso de decisión de compra es indiscutible, el papel que juega a través de las demandas y tendencias de las necesidades de los consumidores, permite a las empresas a conocer mejor a sus clientes y a la vez esto facilita la creación de estrategias orientas a satisfacer estas necesidades.

3.3.5.2. Hora Loca.

El gimnasio tomará días al azar, y realizará concursos que involucren a los mismos clientes que se encuentran ese día, a esa hora en el centro, haciendo sus rutinas. Se realizarán dos horas locas al día, una en horario matutino o la otra en el horario tarde-noche; con la finalidad de poder abordar los distintos públicos que asisten en los diferentes horarios del días.

La temática sería proponer diferentes tipos de competencias entre los mismos usuarios, y van a participar las personas que deseen, y que quieran ganar alguno de los premios que se otorgarán por este esfuerzo.

Las competencias estarían basadas en las mismas actividades que realizan a diario en el gimnasio, y se dividirán por segmento; hombres y mujeres, las actividades a realizar serán pechadas, sentadillas, barras, correr, también se incluirán competencias de crossfit.

Tabla No. 11. Hora loca.

Competencias para la hora loca y posibles premios.

Competencia	Género		Premio
	Masculino	Femenino	
Push-ups	50	25	Toalla bordada con el logo del gimnasio.
Squats	100	100	Shake.
Barras	40	20	Llavero.
Correr en la caminadora	15 minutos	10 minutos	Un par de guantillas.
Crossfit	15 minutos de squats y push-ups, hacer lo más que pueda durante este tiempo.	10 minutos de squats y push-up, hacer lo más que pueda durante este tiempo	1 semana gratis de entrenamiento en el gimnasio.

Fuente: Elaboración del autor

Cabe destacar que siempre que haya hora loca, no significa que se hagan todas las actividades ni de la misma manera, se harán combinaciones y la forma de hacerlo también. A corto plazo se irán incluyendo otro tipo de actividades, siempre pensando en innovar y aportar al usuario cosas nuevas y hacer el ejercicio mucho más divertido, además de que ganan premios.

Con esta iniciativa se apuesta a tener unos clientes más motivados por ir cada al gimnasio, las personas no se aburren y ven esto como un reto y un entretenimiento, además de hacer que el usuario sea más exigente en su rutina diaria, con el objetivo de poder ganar o competir en estas horas locas.

Esta motivación se traduce en que el boca a boca hará su efecto y cada día más personas estarán interesadas en inscribirse y formar parte de la familia de este cetro, por la razón

de que es algo innovador y divertido, además este tipo de dinámicas permite relacionarse mejor con cada una de las personas que acide a este gimnasio.

3.3.5.3. Ejercicios al aire libre.

El entrenamiento en el gimnasio tiene sus incontables beneficios, por ejemplo no importa el clima que haya afuera, no es una limitante para realizar la rutina de ejercicios, pero también es válido, según los estudios, los beneficios que aportan los entrenamientos al aire libre.

Existen un conjunto de factores que al realizar el ejercicio al aire libre exige un entrenamiento un poco más intenso y se requiera más energía, ya que por cada movimiento se lucha contra el viento, además los rebotes que se hacen en el piso son más fuertes que los de la colchoneta del gimnasio.

Además que este tipo de entrenamiento, es más cambiante, ya que se observan diferentes paisajes, sin mencionar el contacto directo con la naturaleza, respirar el aire puro, creando un estado emocional más relajado y con menos estrés.

Por estas razones se creó un programa de entrenamiento que lleva las mismas actividades del gimnasio a un ambiente más natural, es decir, una o dos veces a la semana, quedará establecido un horario para impartir una rutina de ejercicios en el mirador en algún otro parque cuya estructura permite realizar este tipo de actividad, todo esto guiado por un profesional del área. Con esta elección de aeróbicos se asegura un buen calentamiento además de una considerable quema de grasa para completa el trabajo cardiovascular.

Por ejemplo los ejercicios se llevarán a cabo de la siguiente manera:

- Carrera.

Correr por una superficie plana, con el fin de lograr una buena temperatura corporal, adiestrando al cuerpo para comenzar con la práctica, el tiempo de la carrera será de unos 15 minutos.

- Subir y bajar las escaleras.

Es un excelente ejercicio que sirve para bajar el porcentaje de calorías en el cuerpo, y a la vez trabaja las piernas y glúteos. Se puede realizar de diferentes maneras, por ejemplo subiendo los escalones de dos en dos o simple, se puede alternar dando saltos con un pie o ambos.

- Saltos sobre bancos.

Este ejercicio también ayuda sobremanera a quemar calorías, saltando con ambos o un pie en un banco o escalón, exigiéndole un trabajo intenso a los músculos.

- Saltos con soga.

Es un ejercicio bastante completo, ya que se involucran todos los músculos del cuerpo, con el desarrollo de esta actividad por 15 minutos se asegura quemar muchas calorías y el trabajo cardiovascular es totalmente efectivo.

También se pueden realizar ejercicios para desarrollar musculatura:

- Sentadillas.

Excelente para trabajar las piernas y los glúteos.

- Fondo.

Ideal para tonificar los tríceps, también indirectamente trabaja un poco el pecho y los hombros. Se puede realizar en un banco del parque o en su defecto en un escalón más alto para poder apoyar las manos.

- Abdominales isométricos.

Ejercicios para trabajar profundamente los músculos abdominales. También se pueden realizar de manera lateral.

- Lounge.

Ejercicio creado para tonificar los músculos de piernas y glúteos. Se puede trabajar estático o con pasos hacia adelante intercalando.

- Flexiones de brazo.

Con este ejercicio se trabajan los músculos pectorales y tríceps, para hacerlo más intenso se pueden elevar los pies en un escalón o muro.

Con estas actividades el cliente logra ejercitar todos los músculos de su cuerpo en un espacio mucho más relajado y más natural. Según las instrucciones del entrenador, esta preparación se puede ejecutar en circuitos por tiempo, por ejemplo, realizar cada ejercicio en 30 segundos, dando un tiempo de descanso entre ellos de 20 segundos. En caso contrario lo pueden realizar por series de entre 10 a 15 repeticiones cada uno de los ejercicios, y descansando entre 20 a 30 entre cada una de las series.

En otro orden también se pueden alternar y hacer combinaciones, según especifique el instructor, realizando un trabajo simultaneo entre los ejercicios aeróbicos y el ejercicio muscular, otra forma es variarlo por días, es decir, dedicar un día solo al entrenamiento cardiovascular y otro al ejercicio muscular.

3.4. Estructura organizacional.

La estructura organizacional es lo que va a definir las características del negocio, a partir de ella se va a puntualizar cómo será su organización, se establecerán las funciones que ocupará cada colaborador del gimnasio dada mediante un nivel jerárquico, y a la vez se espera que cada uno cumpla su labor con el mayor rendimiento posible. La estructura organizacional ofrece las directrices para guiar a la empresa sobre su proceder.

Es necesario que cada empresa cuente con una estructura organizacional, en función de cada una de las actividades o tareas que proyecten realizar, mediante una adecuada distribución que le permita construir sus funciones, y departamentos con la intención de promover sus servicios o productos, mediante controles que le encaminen para conseguir sus metas y objetivos.

3.4.1. Accionistas del proyecto.

Para poder llevar a cabo cualquier tipo de proyecto, es indispensable contar con socios o accionistas que tengan la capacidad financiera que garantice la puesta en marcha del

mismo. La inversión en términos económicos que se necesita para poner en marcha este plan es de RD\$3,815,102.69.

Tabla No. 12. Accionistas.

ACCIONISTA	PORCENTAJE A INVERTIR	MONTO
1er. Accionista	45%	RD\$1,716,796.21
2do. Accionista	35%	RD\$1,335,285.94
Propio	20%	RD\$ 763,020.54
Total	100%	RD\$3,815,102.69

Fuente: Elaboración del autor

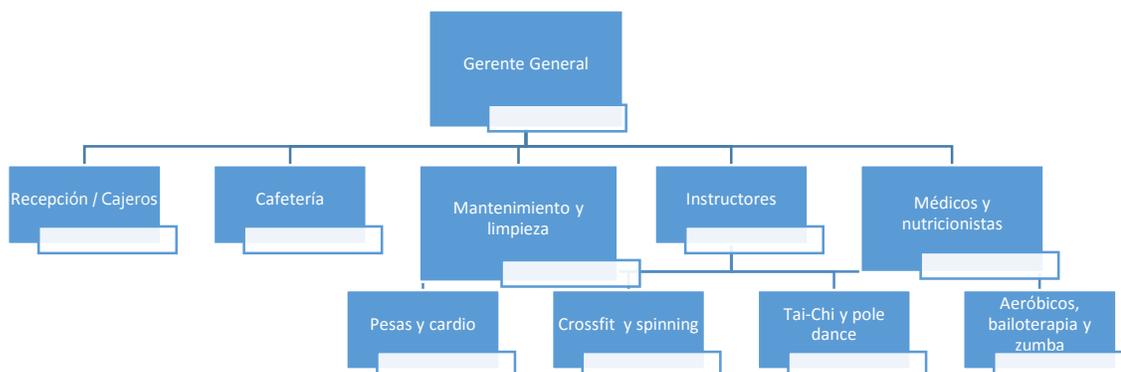
En el cuadro anterior se muestra la cantidad y porcentajes que aportarán cada uno de los inversionistas que confían en este proyecto, la inversión total realizada por ellos será de RD\$3,035,442.15, lo que es igual al 80% del capital total para el establecimiento de la entidad, el 20% de la inversión restante será contribuido por parte del mismo autor del proyecto, esta última inversión viene acumulándose a raíz del trabajo y esfuerzos realizados por el autor con miras a realizar este negocio, la cantidad aportada será de RD\$758,860.54.

3.4.2. Organigrama de la estructura.

A continuación se detalla el personal con el que contará el gimnasio, estos son los profesionales del área que tendrán a su cargo la responsabilidad de que se cumpla cada objetivo del programa.

El organigrama permite examinar la estructura de la empresa personalizada y cumple con un rol explicativo, al brindar datos sobre las particularidades generales de la organización, permite establecer un orden sobre quién depende de quién y de esta manera mantenemos un orden dentro de la estructura, marcando una responsabilidad a cada individuo.

Tabla No. 13. Organigrama.



Fuente: Elaboración del autor.

3.4.3. Descripción de puesto.

A continuación se detallan las funciones comprendidas dentro de los puestos de cada una de las personas que formaran parte del gimnasio.

NOMBRE LA POSICION: GERENTE GENERAL.

PERFIL

Formación académica: Título profesional en Administración de Empresas, Comercial, Finanzas o carreras afines.

Conocimientos adicionales: Planificación estratégica y paquetes Office.

Experiencia: 1 año en posiciones o en responsabilidades similares.

Cualidades personales: Liderazgo, orientación a resultados, capacidad de planeación y organización, proactividad y trabajo en equipo.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Dirigir, planificar y coordinar con todos los demás colaboradores, el correcto funcionamiento del gimnasio.

- Supervisar el cumplimiento de Leyes, Decretos, Ordenanzas, Reglamentos, Resoluciones.
- Desarrollar planes y programas especiales para mejorar los servicios de acondicionamiento físico.
- Dictar normas para orientar y controlar la utilización del recurso humano, económico, técnico y administrativo.
- Planificar y desarrollar promociones para aumentar las ventas.

NOMBRE DE LA POSICION: CAJERO / RECEPCIONISTA.

PERFIL

Formación académica: Estudios en contabilidad e informática.

Conocimientos adicionales: Paquetes de Office, contabilidad general, calidad de servicio al cliente.

Experiencia: Conocimiento previo en cargos similares o afines.

Cualidades personales: Excelente comunicación verbal y escrita, identificación de problemas, iniciativa, tolerancia a la presión y solución de problemas.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Apoyar al Gerente General en sus actividades diarias, efectuar los registros contables para la elaboración de los informes y diferentes balances financieros del negocio.
- Atender las llamadas telefónicas.
- Explicar a los usuarios los servicios de acondicionamiento físico que ofrece el gimnasio.
- Brindar un trato amable, atento y tolerante a los usuarios.

NOMBRE DE LA POSICION: DEPENDIENTE DE LA CAFETERIA.

PERFIL

Formación académica: Estudios mínimo de bachillerato.

Conocimientos adicionales: Atención al cliente y buen trato.

Experiencia: Conocimiento previo en cargos similares o afines.

Cualidades personales: Buena comunicación verbal y escrita, iniciativa, tolerancia a la presión.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Vela por mantener un inventario de los materiales y productos de la cafetería.
- Brindar un trato amable, atento y tolerante a los usuarios.

NOMBRE DE LA POSICION: PERSONAL MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA.

PERFIL

Formación académica: Estudios mínimo de bachillerato.

Conocimientos adicionales: Calidad en el trato a los clientes.

Experiencia: Conocimiento previo en cargos similares o afines.

Cualidades personales: Buena comunicación verbal y escrita, iniciativa, tolerancia a la presión y buen trato a los clientes.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Responsable de asear cada uno de los espacios del gimnasio, es decir, oficinas, cuarto de baño, salones de actividades, área común.
- Quitar el polvo de las máquinas y de los muebles de oficina.
- Vaciar y limpiar los zafacones cada vez que lo amerite.

.Limpiar con aspiradora las habitaciones de los residentes, los pasillos y las áreas comunes con alfombra.

NOMBRE DE LA POSICION: INSTRUCTORES DE ACTIVIDADES FÍSICAS

PERFIL

Formación académica: Dependiendo de la disciplina física que imparta, deberá tener especialización en aerobics, tai-chi, pole dance y entrenamiento deportivo, y conocimiento de educación física.

Conocimientos adicionales: Salud y nutrición.

Experiencia: 1 año en cargos similares.

Cualidades personales: Excelente comunicación verbal, flexible, paciente y tolerante con los niños.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Asesorar a los usuarios en sus rutinas de ejercicios y lleven un control de cada uno de las personas a su cargo.
- Acudir puntualmente a impartir su rutina de ejercicios.
- Llevar a cabo las sesiones de ejercicios.
- Instruir al usuario sobre cómo mejorar su salud y estética.
- Buen trato a los niños, cuidado sus ejercicios muy de cerca, resaltando siempre el entretenimiento y la diversión.
- Cuidar los equipos deportivos entregados para realizar las sesiones de ejercicios.
- Impartirán sus rutinas de ejercicios cuidando siempre la seguridad de los usuarios.

NOMBRE DEL CARGO: MEDICO Y NUTRICIONISTA

PERFIL

Formación académica: Profesional en Nutrición, Dietética.

Conocimientos adicionales: Estética.

Experiencia: 1 año de experiencia en el área de actividad física y deporte o áreas afines.

Cualidades personales: Excelente comunicación verbal y escrita, identificación de problemas, tolerante.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Elaborar un diagnóstico médico sobre las capacidades y limitaciones de cada usuario que contribuyan a su normal desempeño físico.
- Instruir a los usuarios sobre los alimentos que deben consumir para conseguir sus objetivos propuestos.
- Definir planes de nutrición adecuados para cada cliente del gimnasio.
- Tendrá una comunicación directa con los instructores para el seguimiento de cada uno de los usuarios.

3.4.4. Recursos tecnológicos.

Los aparatos primordiales, precisos para llevar a cabo las actividades del gimnasio, son todas las máquinas y artículos deportivos que se manipularán para ejecutar las diversas disciplinas físicas. En lo adelante se detallan los equipos necesarios:

Tabla No. 14. Equipos a utilizar.

EQUIPOS			
Descripción	Cantidad	Valor unitario estimado	Utilidad
 Colchoneta	20	RD\$1,104.00	Se utiliza para poder realizar las rutinas de aeróbicos en el piso de una forma más cómoda.
 Step	20	RD\$2,069.54	Permite realizar ejercicios aeróbicos, ayudando con la flexibilidad y tonificación.
 Máquina de extensión 200 lbs.	1	RD\$27,600.00	Su función es ejercitar los cuádriceps femoral.
 Extensión curl acostado 150 lbs.	1	RD\$20,700.00	Su función es ejercitar el femoral posterior.

 <p>Prensa atlética</p>	1	RD\$23,000.00	Esta máquina es utilizada para trabajar los músculos de las piernas fortaleciéndolos.
 <p>Jaula de sentadillas</p>	1	RD\$4,599.54	Con ella se realizan las sentadillas, para fortalecer y tonificar los muslos y piernas, también se pueden trabajar los pectorales.
 <p>Pantorrilera sentada</p>	1	RD\$20,240.00	Es utilizada para trabajar los músculos de las pantorrillas.
 <p>Polea 200 lbs.</p>	1	RD\$58,880.00	Se utiliza para ejercitar los músculos de la espalda, agregando a la máquina una barra.
 <p>Banco de pecho plano</p>	1	RD\$22,908.00	Máquina para ejercitar los músculos pectorales de forma horizontal.
 <p>Banco de pecho inclinado</p>	1	RD\$3,081.54	Su función es ejercitar el femoral posterior.

 <p>Predicador</p>	1	RD\$20,240.00	Su función es ejercitar los bíceps.
 <p>Porta discos</p>	1	RD\$10,580.00	Cumple la función de mantener organizados los discos.
 <p>Porta mancuernas</p>	1	RD\$6,900.00	Cumple la función de mantener organizadas las mancuernas.
 <p>Porta barras</p>	1	RD\$4,600.00	Cumple la función de mantener organizadas todas las barras.
 <p>Barra olímpica</p>	6	RD\$6,440.00	Agregándoles discos constituyen una parte esencial de la rutina.
 <p>Barra olímpica Z</p>	3	RD\$4,600.00	Se utiliza para entrenar los músculos de los bíceps y triceps.

 <p>15500 lbs de disco</p>	<p>1500 libras</p>	<p>RD\$103,500.00</p>	<p>Son indispensables para complementar el entrenamiento con pesas.</p>
 <p>Mancuernas</p>	<p>550 libras</p>	<p>RD\$37,950.00</p>	<p>Son utilizadas para trabajar diferentes músculos del cuerpo, bíceps, tríceps, glúteos, abdominales.</p>
 <p>Bicicleta para spinning</p>	<p>15</p>	<p>RD\$9,200.00</p>	<p>Se utilizan para hacer entrenamiento cardiovascular.</p>
 <p>Eliptica</p>	<p>15</p>	<p>RD\$25,254.00</p>	<p>Se utilizan para hacer entrenamiento cardiovascular.</p>
 <p>Caminadora</p>	<p>15</p>	<p>RD\$10,350.00</p>	<p>Se utiliza para complementar los ejercicios cardiovasculares según sea la necesidad del usuario.</p>
 <p>Hombro sentado 170 lbs.</p>	<p>1</p>	<p>RD\$63,480.00</p>	<p>Su función es ejercitar los músculos del hombro.</p>

 <p>Gluteos vertical</p>	1	RD\$63,940.00	Se utiliza para ejercitar los glúteos.
 <p>Hammer de abdominales</p>	1	RD\$20,700.00	Se utiliza para trabajar los músculos abdominales.
 <p>Polea gemela</p>	1	RD\$105,340.00	Es una máquina multiusos, tiene diferentes funciones, como ejercitar los músculos de la espalda, bíceps y tríceps.
 <p>Peck deck + deltoides</p>	1	RD\$46,230.00	Sirve para trabajar los músculos pectorales.
 <p>Tubo galvanizado para pole dance</p>	15	RD\$1,380.00	Es necesario para poder llevar a cabo la rutina de pole dance.

 <p>Piso antideslizante acústico</p>	20	RD\$2,750.80	Es importante para proteger el piso del gimnasio al momento de soltar las pesas.
 <p>Computadora</p>	6	RD\$25,000.00	Sirve para llevar la contabilidad, base de datos de los usuarios, registros médicos.

Fuente: Elaboración del autor.

3.4.5. Recursos económicos.

Para poder iniciar las actividades de este centro, será imprescindible realizar una inversión inicial de RD\$3,815,102.69, las cantidades se desglosan continuación de la siguiente manera:

Tabla No. 15. Inversión inicial.

Presupuesto inicial		RD\$
Activo fijo		\$1,708,302.69
Gastos administrativos		\$1,140,000.00
Gastos de personal		\$ 936,000.00
Inversión en publicidad		\$ 30,800.00
Total presupuesto inversión inicial RD\$		\$3,815,102.69
Financiamiento		
Propio	20%	RD\$ 763,020.54
Accionistas	80%	RD\$3,052,082.15

Fuente: Elaboración del autor.

El monto inicial que dará vida a este proyecto será financiado en un 80% por 2 accionistas que aportarán de su capital, a su vez, 20% restante será financiado por el autor de este proyecto.

3.4.6. Activos fijos.

Se llaman activo fijo a todo bien tangible o intangible que pertenece a una empresa, el cual no puede convertirse en líquido a corto plazo y que son bienes necesarios para que el funcionamiento de la empresa, además no son destinados a la venta.

En este proyecto se considerarán activos fijos todo el equipamiento que será implementado para el acondicionamiento físico del negocio, como máquinas y artículos deportivos.

Tabla No. 16. Activo fijo.

No.	Activos Fijos	Cantidad	Costo Unitario	Total Activo Fijo	Meses Depreciación	Depreciación Mensual	Depreciación Annual
1	Colchoneta	20	\$ 1,104.00	\$ 22,080.00	120	\$ 184.00	\$ 2,208.00
2	Step	20	\$ 2,069.54	\$ 41,390.80	120	\$ 344.92	\$ 4,139.08
3	Máquina de extensión 200 lbs.	1	\$ 27,600.00	\$ 27,600.00	120	\$ 230.00	\$ 2,760.00
4	Extensión curl acostado 150 lbs.	1	\$ 20,700.00	\$ 20,700.00	120	\$ 172.50	\$ 2,070.00
5	Prensa atlética	1	\$ 23,000.00	\$ 23,000.00	120	\$ 191.67	\$ 2,300.00
6	Jaula de sentadillas	1	\$ 4,599.54	\$ 4,599.54	120	\$ 38.33	\$ 459.95
7	Pantorrillera sentada	1	\$ 20,400.00	\$ 20,400.00	120	\$ 170.00	\$ 2,040.00
8	Polea de 200 lbs.	1	\$ 58,880.00	\$ 58,880.00	120	\$ 490.67	\$ 5,888.00
9	Banco de pecho plano	1	\$ 22,908.00	\$ 22,908.00	120	\$ 190.90	\$ 2,290.80
10	Banco de pecho inclinado	1	\$ 3,081.54	\$ 3,081.54	120	\$ 25.68	\$ 308.15
11	Predicador	1	\$ 20,240.00	\$ 20,240.00	120	\$ 168.67	\$ 2,024.00
12	Porta discos	1	\$ 10,580.00	\$ 10,580.00	120	\$ 88.17	\$ 1,058.00
13	Porta mancuernas	1	\$ 6,900.00	\$ 6,900.00	120	\$ 57.50	\$ 690.00
14	Porta barras	1	\$ 4,600.00	\$ 4,600.00	120	\$ 38.33	\$ 460.00
15	Barra olímpica	6	\$ 6,440.00	\$ 38,640.00	120	\$ 322.00	\$ 3,864.00
16	Barra olímpica Z	3	\$ 4,600.00	\$ 13,800.00	120	\$ 115.00	\$ 1,380.00
17	Discos (por libras)	1500	\$ 69.00	\$ 103,500.00	120	\$ 862.50	\$ 10,350.00
18	Mancuernas (por libras)	550	\$ 69.00	\$ 37,950.00	120	\$ 316.25	\$ 3,795.00
19	Bicicleta para spinning	15	\$ 9,200.00	\$ 138,000.00	120	\$ 1,150.00	\$ 13,800.00
20	Elíptica	15	\$ 25,254.00	\$ 378,810.00	120	\$ 3,156.75	\$ 37,881.00
21	Caminadora	15	\$ 10,350.00	\$ 155,250.00	120	\$ 1,293.75	\$ 15,525.00
22	Hombro sentado 170 lbs.	1	\$ 63,480.00	\$ 63,480.00	120	\$ 529.00	\$ 6,348.00
23	Gluteo vertical	1	\$ 63,940.00	\$ 63,940.00	120	\$ 532.83	\$ 6,394.00

24	Hammer de abdominals	1	\$ 20,700.00	\$ 20,700.00	120	\$ 172.50	\$ 2,070.00
25	Polea gemela	1	\$ 105,340.00	\$ 105,340.00	120	\$ 877.83	\$ 10,534.00
26	Peck deck + deltoids	1	\$ 46,230.00	\$ 46,230.00	120	\$ 385.25	\$ 4,623.00
27	Tuvo galvanizado para pole dance	15	\$ 1,380.00	\$ 20,700.00	120	\$ 172.50	\$ 2,070.00
28	Piso antideslizante acustico	20	\$ 2,750.80	\$ 55,016.00	120	\$ 458.47	\$ 5,501.60
29	Computadora	6	\$ 25,000.00	\$ 150,000.00	36	\$ 4,166.67	\$ 50,000.00
30	Dispensador de bebida	1	\$ 29,986.81	\$ 29,986.81	120	\$ 249.89	\$ 2,998.68
Total activos fijos (RD\$)		\$2,203.00	\$ 641,452.23	\$1,708,302.69	\$ 3,516.00	\$ 17,152.52	\$205,830.27

Fuente: Elaboración del autor.

3.4.7. Costos directos.

Este gimnasio, no asumirá ningún costo directo, ya que lo que ofrecerá es un servicio, es decir, un bien intangible, y los mismos no inciden en gastos de fabricación.

3.4.8. Gastos de personal.

Para llevar a cabo eficientemente las operaciones del gimnasio se contará con los servicios de algunos colaboradores, de la siguiente manera:

- 1- El Gerente General, quien será la máxima autoridad del gimnasio, con un sueldo de RD\$25,000.00.
- 2- Los instructores, que hacen un total de 4 colaboradores a los cuales se les pagará un sueldo mensual de RD\$12,000.00.
- 3- El médico y el nutricionista, cuya responsabilidad es la evaluación médica y asesoramiento de los usuarios, tendrán un sueldo mensual de \$15,000.00.
- 4- Cajero y recepcionista, quienes estarán en contacto directo con los clientes, y tendrán un sueldo de RD\$10,000.00.
- 5- La persona colaborada responsable del área de la cafetería, estará en contacto directo con el público, así como el personal de limpieza y mantenimiento, ambas áreas con un sueldo de RD\$8,000.00 cada uno.

Además de contar con el sueldo base, cada uno de los colaboradores del gimnasio contarán con los beneficios que otorga la ley de manera obligatoria.

Tabla No. 17. Gastos de personal.

Puesto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Gerente General	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 300,000.00
Instructores	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 144,000.00
Recepcion / Cajero	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 120,000.00
Cafeteria	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 96,000.00
Mantenimiento y limpieza	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 96,000.00
Médico y nutricionista	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 180,000.00
TOTALES	\$ 78,000.00	\$ 936,000.00											

Fuente: Elaboración del autor.

Tabla No. 18. Gastos administrativos.

Gastos Adm.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Agua	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 96,000.00
Luz	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 60,000.00
Caja chica	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 180,000.00
Basura	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 24,000.00
Telefono / Internet	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 60,000.00
Alquiler del local	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 720,000.00
Total Gastos Adm. RD\$	\$ 95,000.00	\$ 1,140,000.00											

Fuente: Elaboración del autor.

3.4.9. Gastos administrativos.

Los gastos de administración son los que se originan de la administración de la empresa, es decir, todos los gastos que se generan en las oficinas a través del personal administrativo. Se puede citar como ejemplo, energía eléctrica de las oficinas, agua, caja chica, basura, teléfono e internet, renta de las oficinas. **(Ver tabla No. 18).**

3.4.10. Nivel de Ingresos.

El nivel de ingresos del gimnasio, se basará en la cantidad de socios o usuarios que deseen inscribirse y que acudan con regularidad al gimnasio, a realizar la actividad física de su preferencia, según sea su necesidad, la misma será contratada mediante una membresía mensual. **(Ver tabla No. 19).**

3.4.11. Estado de resultados.

El Estado de Resultados se proyectó a un año, a partir de esta proyección se consigue la Utilidad Neta Mensual que se presenta. **(Ver tabla No. 20).**

Según los resultados arrojados, este proyecto del gimnasio en el primer mes tendrá una utilidad neta de (RD\$160,152.52), esto es así porque es aquí donde se hará la mayor inversión para atraer al cliente, a través de una inscripción mínima, ya a partir del segundo mes este cuadro va a mejorar con una ganancia de RD\$139,847.48 y así sucesivamente ira incrementando, sobre todo en los meses donde el apogeo de personas que frecuenta al gimnasio es mayor, como por ejemplo, septiembre, octubre y noviembre.

Tabla No. 19. Ingresos.

Monto inscripción inicial \$ 50.00
Monto inscripción normal \$3,000.00
Cuota mensual \$1,500.00

Ingresos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Cantidad de personas inscritas	200	200	200	30	35	35	40	50	100	100	100	40	1130
Membresía por personas inscritas		200	200	200	30	35	35	40	50	100	100	100	1090
Total Ingresos RD\$	200	400	400	230	65	70	75	90	150	200	200	140	2220

Ingresos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Inscripción	\$10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 90,000.00	\$105,000.00	\$105,000.00	\$120,000.00	\$150,000.00	\$300,000.00	\$300,000.00	\$300,000.00	\$120,000.00	\$1,620,000.00
Membresía		\$300,000.00	\$300,000.00	\$300,000.00	\$ 45,000.00	\$ 52,500.00	\$ 52,500.00	\$ 60,000.00	\$ 75,000.00	\$150,000.00	\$150,000.00	\$150,000.00	\$1,635,000.00
Total Ingresos RD\$	\$10,000.00	\$310,000.00	\$310,000.00	\$390,000.00	\$150,000.00	\$157,500.00	\$172,500.00	\$210,000.00	\$375,000.00	\$450,000.00	\$450,000.00	\$270,000.00	\$3,255,000.00

Fuente: Elaboración del autor.

Tabla No. 20. Estado de resultados

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Ingresos	\$ 10,000.00	\$310,000.00	\$310,000.00	\$390,000.00	\$150,000.00	\$157,500.00	\$172,500.00	\$210,000.00	\$375,000.00	\$450,000.00	\$450,000.00	\$270,000.00	\$3,255,000.00
Costos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Utilidad Bruta	\$ 10,000.00	\$310,000.00	\$310,000.00	\$390,000.00	\$150,000.00	\$157,500.00	\$172,500.00	\$ 21,000.00	\$195,000.00	\$180,000.00	\$180,000.00	\$180,000.00	\$2,256,000.00
Gastos operacionales													
Gastos de personal	\$ 78,000.00	\$ 78,000.00	\$ 78,000.00	\$ 78,000.00	\$ 78,000.00	\$ 78,000.00	\$ 78,000.00	\$ 78,000.00	\$ 78,000.00	\$ 78,000.00	\$ 78,000.00	\$ 78,000.00	\$ 936,000.00
Gastos administrativos	\$ 75,000.00	\$ 75,000.00	\$ 75,000.00	\$ 75,000.00	\$ 75,000.00	\$ 75,000.00	\$ 75,000.00	\$ 75,000.00	\$ 75,000.00	\$ 75,000.00	\$ 75,000.00	\$ 75,000.00	\$ 900,000.00
Depreciación	\$ 17,152.52	\$ 17,152.52	\$ 17,152.52	\$ 17,152.52	\$ 17,152.52	\$ 17,152.52	\$ 17,152.52	\$ 17,152.52	\$ 17,152.52	\$ 17,152.52	\$ 17,152.52	\$ 17,152.52	\$ 205,830.24
Total gastos operacionales	\$ 170,152.52	\$170,152.52	\$170,152.52	\$170,152.52	\$170,152.52	\$170,152.52	\$170,152.52	\$170,152.52	\$170,152.52	\$170,152.52	\$170,152.52	\$170,152.52	\$2,041,830.24
Utilidad Neta	\$(160,152.52)	\$139,847.48	\$139,847.48	\$219,847.48	\$(20,152.52)	\$(12,652.52)	\$ 2,347.48	\$ 39,847.48	\$204,847.48	\$279,847.48	\$279,847.48	\$ 99,847.48	\$1,213,169.76

Fuente: Elaboración del autor.

3.4.12. Balance Score Card

CUADRO DE MANDO INTEGRAL PROPUESTA PARA LA INSTALACION DE UN GIMNASIO					
PERIODO DE REALIZACION: AÑO FISCAL 2016-2017					
OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	TACTICAS	RESPONSABLES	TIEMPO	INVERSION
A- Dar a conocer el gimnasio en el sector que se establezca y zonas aledañas.	Estrategia de posicionamiento.	- Nombre de alto impacto. - Atenciones personalizadas. - Horario más flexible. - Clases innovadoras como pole dance y tai chi. - Ventaja competitiva en cuanto al servicio.	- Gerente General.	1 mes (1 de abril – 1 de mayo)	
B- Captar nuevos clientes, se enfocará en la retención y fidelización de los mismos.	Estrategia de servicio.	- Inclusión de rutinas para niños. - Inclusión de rutinas para personas que necesitan terapia.	- Gerente General. - Instructores.	1 mes (2 de mayo – 1 de junio)	
C- Presentar los diferentes tipos de entrenamientos que ofrece el gimnasio.	Estrategia de ofertas.	- Dar a conocer las diferentes actividades y rutinas que ofrecerá el gimnasio a través de promociones gratuitas. - Clases impartidas por profesionales del área. - Asesoría nutricional.	- Gerente General. - Instructores. - Médico y Nutricionista.	1 mes (2 de junio – 1 de julio)	
D- Determinar la mejor alternativa para	Estrategia de promoción.	- Clases gratis mensuales, dos viernes al mes de tai chi y pole dance.	- Gerente General. - Instructores.	1 mes (2 de julio – 1 de agosto)	

promocionar el gimnasio.		- Dos por uno. - Descuento en membresía para estudiantes.			
E- Mantener un promedio constante del público durante todo el año.		- Volanteo. - Perifoneo. - Clases gratuitas de todas la disciplinas el día de la apertura. - Hora loca en las distintas disciplinas, segmentadas para hombres y mujeres, donde los participantes ganaran premios. - Rutina de ejercicios al aire libre.			Volanteadores: \$600 x 4 horas x 7 días = \$16,800.00.
F- Aumentar el mercado en un 5% para los años subsiguientes.	Estrategia de ventas.		- Gerente General. - Instructores.	1 mes (2 de agosto – 1 septiembre)	Perifoneo: \$1000 x 2 horas x 7 días = \$14,000.00 Total: RD\$30,800.00

Para concluir con los términos de este proyecto queda totalmente plasmado que el gimnasio será provisto de equipos modernos, así como una gran variedad de rutinas deportivas y además novedosas, con la finalidad de captar y motivar a los usuarios a formar parte de este centro, además con estas innovaciones se pretende poner atención a cubrir cierto público de personas, como son por el ejemplo los niños.

El ofrecer confianza a los consumidores a través un trato amable y a la vez personalizado, que va desde el instante que acude a las instalaciones, evidenciando así que el gimnasio está encaminado al logro de resultados mediante el adiestramiento de sus usuarios.

Mediante un apropiado proceso de clasificación del personal, empleando a personas educadas a poner en práctica el cumplimiento establecido en los valores del gimnasio, con el fin de que este desempeño produzca los mejores resultados.

El diseño de las estrategias promocionales en el cual los usuarios tengan la oportunidad de participar haciendo uso de los servicios del gimnasio sin ningún tipo de costo, asegurando que de este modo los mismos sirvan de intermediarios comunicando y a la vez se logren captar nuevos clientes.

Aprovechando la orientación hacia la propuesta de nuevos servicios basándose en la conveniente distribución del lugar, así como también aumentar a futuro la frecuencia diaria de las prácticas deportivas. De manera que se pueda obtener a largo plazo un margen de utilidad superior a la supuesta inicialmente en el estudio financiero.

Se puede destacar que todo esto ligado a dar un seguimiento en las evaluaciones físicas de los clientes, con la finalidad de promover las mejoras en los servicios a beneficio de los propios usuarios, de modo que a partir de esto se mantenga la fidelidad el mismo en el gimnasio.

CONCLUSION

Se puede concluir diciendo que el proyecto según la investigación de mercado obtuvo gran aceptación en el público que se encuentra actualmente activo en el gimnasio realizando actividades físicas.

Se determinó que existe una demanda insatisfecha, sobretodo en el público femenino, en cuanto a la orientación y ayuda que requieren a la hora de utilizar los servicios del gimnasio, y aceptaron de buena manera contar con un personal mejor capacitado y más comprometido, que le aseguren mejores resultados y más confianza.

Ofreciendo calidad en el servicio y contando con la experiencia y conocimiento de un personal profesional, entendemos que podemos cerrar las brechas existentes en el mercado actual.

A través del estudio de campo quedó comprobado cuales son las necesidades que desean cubrir los usuarios a la hora de utilizar estos servicios, así como las preferencias principales. El gimnasio busca introducir un número mayor cantidad de personas, por esta razón los servicios físicos que ofrece dentro de su programa están orientados tomando en cuenta a todos los usuarios sin importar su edad.

Las características existentes en el mercado, así como los recursos financieros, humanos y de recursos materiales e insumos no componen una restricción para el desarrollo del gimnasio.

Debido a que el proyecto se basa en brindar servicios y no cuenta con los costos directos, esto representó un ahorro significativo para el desarrollo del mismo.

A través de los resultados arrojados en la investigación financiera quedo demostrados que la implementación de un gimnasio es un proyecto económicamente viable.

LISTA DE REFERENCIAS

- Cairo, J. R. (2007). Del gimnasio al ocio-salud (Centros de Fitness, Fitness Center, Fitness & Wellness, Spa, Balnearios, Centros de Talasoterapia, Curhotel). *Gestion Deportiva, Ocio y Turismo*, 60. Retrieved from <http://repositori.udl.cat/bitstream/handle/10459.1/46408/014384.pdf?sequence=1>
- CCM Salud. (n.d.). Retrieved from <http://salud.ccm.net/faq/8355-endorfina-definicion>
- Definicion ABC. (2007). Retrieved from <http://www.definicionabc.com/deporte/gimnasio.php>
- Definicion.de. (n.d.). Retrieved from <http://definicion.de/yoga/>
- Entremujeres.clarin. (1996). *www.clarin.com*. Retrieved from http://entremujeres.clarin.com/vida-sana/fitness/columnista-fede-delpiano-personal_trainer-ejercicio-deporte-gimnasio-clases-bajar_de_peso-perder_peso-adelgazar-Power_Plate-spinning-acuagym-pilates-localizada-aerobico_0_1334868840.html
- Fedogim. Federacion Dominicana de Gimnasia. (2013). *Historia de la Gimnasia en Republica Dominicana*. Retrieved from <http://www.fedogim.com/federaci%C3%B3n/historia-de-la-gimnasia.aspx>
- <http://www.onapi.gov.do>. (2016).
- Iborra. (2004). Industria del fitness & wellness.
- Kotler Philip, B. P. (2004). *El Marketing de los Servicios Profesionales*. Editorial Paidos SAICF.
- Molouny, P. (n.d.). *trabajando.com.ar*. Retrieved from www.trabajando.com.
- Nacional, E. (2014, Septiembre 11). Expertos en salud abogan por la prescripción médica del ejercicio físico. *El Nacional*. Retrieved from <http://elnacional.com.do/expertos-en-salud-abogan-por-la-prescripcion-medica-del-ejercicio-fisico/>
- Pearl, B. (2006). *La musculacion. Preparacion a los deportes. Acondicionamiento general. Bodybuilding*. Barcelona: Paidotribo, 5ta. edicion.
- Reverter Masia, J., & Barbani Cairo, J. R. (2007). Del gimnasio al ocio-salud (Centros de Fitness, Fitness Center, Fitness & Wellness, Spa, Balnearios, Centros de Talasoterapia, Curhotel). *Gestion deportiva, ocio y turismo*. Retrieved from <http://repositori.udl.cat/bitstream/handle/10459.1/46408/014384.pdf?sequence=1>.
- Rodenas, L. (n.d.). 10 razones para apuntarte en un gimnasio. *Nutrition & Science*.
- Universidad Nacional de Educacion a Distancia (UNED). Facultad de Ciencias. Nutrición y Dietética. . (2016). <http://www2.uned.es/pea-nutricion-y-dietetica-l/guia/deporte/>.
- Wikipedia. (n.d.). Retrieved from <https://es.wikipedia.org/wiki/Zumba>
- Wikipedia. (n.d.). Retrieved from <https://es.wikipedia.org/wiki/Pilates>
- www.dgii.gov.do. (2016).
- www.promonegocios.net. (2016, Agosto). Retrieved from <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html>

ANEXOS

CUESTIONARIO DE PREFERENCIAS PARA USUARIOS DE GIMNASIOS										
1- Asiste al gimnasio?										
<input type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	No							
Por qué?										
2- Cuántas veces a la semana asiste al gimnasio?										
<input type="checkbox"/>	Tres	<input type="checkbox"/>	Cuatro	<input type="checkbox"/>	Cinco	<input type="checkbox"/>	Mas			
3- En qué horario asiste regularmente?										
<input type="checkbox"/>	Matutino	<input type="checkbox"/>	Vespertino	<input type="checkbox"/>	Nocturno					
4-Cuál es su actividad favorita dentro del gimnasio?										
<input type="checkbox"/>	Pesas	<input type="checkbox"/>	Máquinas	<input type="checkbox"/>	Aeróbicos	<input type="checkbox"/>	Spinning	<input type="checkbox"/>	Otras	
5- Le gustaría poder asistir a cualquier hora al gimnasio?										
<input type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	No							
6- Qué opina de un gimnasio abierto las 24 horas del día?										
7- Le gustaría tener un trato personalizado en sus rutinas de ejercicios?										
<input type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	No							
8- Le gustaría contar con máquinas intelegintes que le indiquen como realizar sus ejercicios?										
<input type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	No							
Por qué?										
9- Le gustaría ser monitoriado en su control nutricional y así evaluar sus avances?										
<input type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	No							
10- Cuánto estaría dispuesto a pagar por estos servicios exclusivos?										
<input type="checkbox"/>	1000-1500	<input type="checkbox"/>	1501-2000	<input type="checkbox"/>	2001-3000	<input type="checkbox"/>	3001-4000			
11- Qué toma en cuenta a la hora de inscribirse en un gimnasio?										
<input type="checkbox"/>	Precio	<input type="checkbox"/>	Cercania	<input type="checkbox"/>	Servicio	<input type="checkbox"/>	Clases	<input type="checkbox"/>	Equipamiento	
12- Qué otros servicios le gustaría encontrar en el gimnasio?										
<input type="checkbox"/>	Daycare	<input type="checkbox"/>	Tienda	<input type="checkbox"/>	Dispensador de bebidas	<input type="checkbox"/>	Salón / peluquería	<input type="checkbox"/>	Spa	
DATOS DEMOGRAFICOS										
Sexo		<input checked="" type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	F	Fecha				
Edad (Est.)										
Ocupación										
Trabaja		<input type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	No					
Estudia		<input type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	No					

IMPRESOS PICHARDO

Calle Club de Leones 61
Ensanche Ozama, Santo Domingo Este.
Tels. 809-597-3232 /3235/ 3236

Nro. 6508
Fecha 30/03/2016
Página 1



Impresos Pichardo

Estimado

Propuesto a:

ROSA MATOS
Tlf.:

Código CR-5

Enviado a:

Tlf.:

Enviar: Entrega

Términos: Efectivo

Vendedor:

Referencia:

Código producto	Descripción del producto	Cantidad	Precio Unit. Pesos	Subtotal Pesos
VO01	VOLANTES 5.5 X 8.5 SATINADO FC , T/R	3,000.00	3.50	10,500.00
B15	BAJANTE 4 X 5	1.00	1,500.00	1,500.00
		3,001.00	Subtotal	12,000.00

Impuesto: 2,160.00

TOTAL Pesos 14,160.00