Portada, Presentación

Introducción

Si bien es cierto que en la republica dominicana hay muchos gimnasios de diferentes tipos, especializados y no especializados, la gran demanda que están teniendo en los últimos años es un indicador de que es un negocio rentable.

Sin embargo, algo de lo que carecen la mayoría de los gimnasios, es de un seguimiento real del socio, ya que, los pocos que poseen seguimiento, si el socio hace un desarreglo, se hace sentir culpable al socio por el lento avance en lugar de sentir que es una falta de la entidad.

La poca preparación de los entrenadores en materia psicológica, el poco tacto personal de estos, tienden a ser la causa principal de deserción en los socios.

INDICE

DESARROLLO

Empresa: Ex Gorditos VGym

Slogan: “Un Gimnasio con calidad, porque sufrimos tu realidad”

Organigrama

Claudia Sayas Starling Daniel Wilfredo amaurys

Contabilidad Atencion al Cliente at cliente at cliente encargado de plataforma

Adminstracion Terapeuta Entrenador entrenador promosion

Contabilidad Nutricionista redes sociales

Proveedores Psicologo

Responsabilidades Comunes

Atencion Telefonica

Promosion y Marketing

Limpieza

Filosofía Organizacional:

Misión

Inculcar en la vida de todos, a través de nuestras facilidades, programas y servicios; el valor de la salud y del entrenamiento físico.

Visión

Convertirnos en la primera entidad con seguimiento real de sus programas de control de peso, y/o aumento del mismo, para llegar a ser la principal empresa de entrenamiento físico en la Republica Dominicana.

Valores

Inducir un estilo de vida saludable.

Optimizar la condición física del socio.

Promoción del concepto del entrenamiento físico en la comunidad.

Eficacia en el logro de los objetivos.

Considera la condición humana de nuestros socios, no su condición económica.

Propuesta de trabajo

la forma en que vamos a lograr nuestra visión, es mediante una estrategia única de fidelización, consiste en la creación de un lugar donde el socio que paga por un programa de control y/o aumento de peso, no solo deje en nuestras manos la creación y elaboración de su rutina alimenticia, sino que también permita que seamos nosotros quienes le suministremos, en los horarios específicos, la misma. Creando de esa forma, no solo un seguimiento real, sino también, comprometiéndonos con la mejora de la calidad de vida de nuestros socios.

DEFINICION DEL PROBLEMA:

Los socios de los gimnasios tradicionales abandonan el mismo por falta de seguimiento.

Justificación del Problema

Las personas que están inscritas en los gimnasios, se desligan del mismo, porque en ocasiones se aburren del lento avance, o el estancamiento a la hora de pérdida de peso, esto debido a la falta de seguimiento que se le da a los mismos y al desconocimiento de los instructores que suelen no tener el tacto necesario para interactuar con personas que tienen problemas de peso, ya que en el proceso de perdida de peso, se necesita un seguimiento psicológico que no hace ninguna empresa de Fitness, esto, debido a que la mayoría de los instructores han tenido una vida sana desde jóvenes.

OBJETIVOS

Objetivo General:

- Determinar las necesidades del mercado y potencial para lograr el posicionamiento de la empresa en Republica Dominicana.

Objetivos Específicos:

- Conocer cuánto están dispuestos a pagar por un servicio de esta índole los dominicanos

- Analizar el rango de edad de las personas que van a los gimnasios.

- Indagar las ventajas que tiene la competencia sobre la empresa

- Conocer la percepción del dominicano, sobre la actividad física y la nutrición.

- Identificar las prioridades que detecta tiene una persona al ingresar a un gimnasio.

- Detectar la disponibilidad de los dominicanos ante los horarios.

- Identificar los motivos por los cuales las personas asisten a un gimnasio.

- Detectar el segmento de mercado en los diferentes horarios.

Preguntas:

- ¿Cómo prefiere pagar, por mes o por clase?

- ¿Cuánto está dispuesta a gastar por una clase especializada?

- ¿Prefiere ir solo o acompañado al gimnasio?

- ¿Si pagara un paquete, que le gustaría que incluyera?

- ¿Qué le atrae de un gimnasio?

- ¿Cómo cuida su dieta?

- ¿Qué tan importante es para usted su estética corporal?

- ¿Qué tan importante es para usted su bienestar físico?

- ¿Por qué razón ingresaría usted a un gimnasio?

- ¿ingresaría usted a un gimnasio?

- ¿Qué factores son más importantes para la elección de un gimnasio?

- ¿Qué horario prefiere usted para hacer ejercicio en un gimnasio?

- ¿Cuánto tiempo invierte diario en un gimnasio?

- ¿Actualmente asiste a un gimnasio?

- ¿Está interesada en ir a un gimnasio?

- ¿pagaría por un gimnasio virtual?

- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un gimnasio virtual?

TIPO DE ESTUDIO

El estudio que se manejara es el cualitativo debido a que la investigación requiere conocer de datos numéricos respecto a varios temas del gimnasio a pesar de que nuestro sistema está orientado a la web y no a instalaciones fisicas.

TIPO DE INVESTIGACION

El diseño de investigación que vamos a utilizar es el Exploratorio, ya que la empresa es nueva por lo que no se tiene información y antecedentes de la empresa.

TIPO DE MUESTREO

El muestreo que se manejara durante la investigación será un No probabilística.

Ya que la muestra requiere de características específicas. En este caso el concepto de la empresa está dirigido al público obeso.

INSTRUMENTO

Encuesta

Buenos días el fin de esta encuesta es conocer las sus preferencias y percepciones respecto a un Gimnasio.

Subraye según su preferencia

Nombre

Edad

Sexo

Hombre mujer N/A

1. ¿Le gusta hacer ejercicio

Demasiado Mucho Regular Poco Muy poco

2. ¿Le importa su estética corporal?

Demasiado Mucho Regular Poco Muy poco

3. ¿Prefiere hacer ejercicio en un gimnasio?

Demasiado Mucho Regular Poco Muy poco

4. ¿Ir al gimnasio acompañado le agrada más?

Demasiado Mucho Regular Poco Muy poco

5. ¿Está interesado en acudir a un gimnasio?

Demasiado Mucho Regular Poco Muy poco

6. Qué factores determinan su preferencia por un gimnasio

Instalaciones Clases que se ofrecen Precios Cercanía Horarios Otros:

7. Qué clases le agradan mas que se impartan en un gimnasio

Zumba Spinning Aerobox Pilates Yoga Otros:

8. que opina de un programa que te lleve el desayuno, comida y cena a donde estés en el horario que corresponda

Absurdo, me da igual, buena idea, muy buena idea

9. que estaría dispuesto a pagar por un programa de seguimiento de esta índole

10000 15000 20000 30000

8. Qué forma de pago prefiere utilizar en un gimnasio

Por día Por mes

9. ¿Cuánto esta dispuesto a pagar por mes?

1000 1500 2000 2500

10. ¿Cuánto esta dispuesto a pagar por día?

50 75 100 150

11. Actualmente asiste a un gimnasio? ( si su respuesta es no , pase a pregunta 13)

Sí No

12. ¿Cómo se llama y porque prefiere este gym?

13. Que servicio adicional le gustaría que hubiera en un gimnacio?

¡GRACIAS!

\*RESULTADO DE ENCUESTAS

Aquí se ponen los resultados de la encuesta

Graficas

RESULTADOS

\*Es necesario hacer publicidad del gimnasio virtual por medio de volantes, carteles, folletos.

\*Manejar paquetes de estudiantes, los cuales faciliten el pago a jóvenes foráneos

\*Manejar paquetes de “Invita a un amigo” para darse a conocer de una forma más rápida.

\*Incluir paquete de madre e hijos.

DAFO

Debilidades

Inversión inicial.

Falta de espacio físico.

Nuevos en el mercado.

No tenemos clientes.

Amenazas

Los polideportivos están cobrando fuerza.

Hay muchas personas haciendo deporte al aire libre.

La idea es fácil de plagiar por una empresa con instalaciones físicas.

Fortalezas.

Productos de calidad.

Entrenadores con experiencia en pérdida de peso.

Idea única e innovadora de seguimiento del socio.

Oportunidades

La demanda de gimnasios es cada vez mayor.

Atención individual para cada persona y programa personalizado.

Capaces de acaparar a los nuevos aficionados del Fitness.

Acuerdos con empresas de distribución de alimentos para la distribución de los alimentos.

Segmentación del mercado

En nuestro caso no vemos la necesidad de segmentar, nuestros clientes potenciales pueden ser de cualquier índole, sin embargo nos interesa para fines de análisis los adultos que comprenden de 30-50 años

Porque?

Por la estabilidad económica del grupo.

Por el estrés que sufre este grupo, el cual se alivia practicando deporte.

Porque es el grupo que más problemas tiene para perder peso.

Modelo de negocios

B2C

Debido a que la idea es interactuar de forma directa con el cliente, creándole un clima en el cual el mismo se sienta parte de la familia

Diseño logístico

Debido a que la empresa será completamente virtual de forma inicial, no estará atando a los socios a ningún gimnasio especifico, los mismos podrán realizar las actividades físicas en cualquier locación que se encuentren, mientras que nuestra labor será de elaborar las rutinas, dar consejos, preparar las evaluaciones psicológicas y gestionar la nutrición del socio.

Diseño del portal

Anexos

Brochure de la Empresa

Portafolio de productos y modelos de pronósticos o presupuestos usados.

CONCLUSIONES

Starling Germosen Reynoso

Con el trabajo de investigación se han obtenido resultados satisfactorios debido a que se ha comprobado que los gimnasios son parte de la vida común del dominicano clase media. Así como también se ha comprobado por medio de las encuestas que es más factible que las mujeres se subscriban a Ex Gorditos VGym por su enfoque.

Cabe mencionar que el gimnasio virtual es una empresa que se va introduciendo en el mercado por lo que los resultados obtenidos son mejor de lo que se esperaban.

Por lo que al dar el enfoque del lado de la nutrición, estaríamos haciendo lo que realmente da resultado, y al tener socios y clientes con buenos resultados, estaremos fidelizándolos de una forma tal, que el solo pensar en abandonar el gimnasio hará remorder la conciencia de cualquier socio.

Amaurys

Claudia

Daniel

Wilfredo

Bibliografía