

Carreras: Administración de Empresas y Mercadeo

**Diplomado: Plan de Negocio y Gestión Integral de Proyectos
de Emprendimiento en Línea**

Proyecto:
Cyber Gym

Autores:
Dilcia Silverio
Derlyn José Báez Puello
Altagracia Peralta Castillo

Facilitadores Acompañantes:

Jorge Mena
Julio Angel García
Eliana Campos

**18 de diciembre del 2020,
Santiago de los Caballeros,
República Dominicana**



Un clic para estar en línea!!!

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

ESCUELA DE NEGOCIOS.....	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN EJECUTIVO	7
INTRODUCCIÓN	10
Antecedentes del sector	12
Planteamiento del problema o necesidades identificadas en el mercado	15
Objetivo general	16
Objetivos específicos	16
Importancia y justificación del proyecto.....	17
Metodología	18
Técnicas utilizadas para la recolección de datos	18
Delimitación del proyecto	18
Limitaciones del proyecto	18
Métodos para la recolección de datos.....	18
Modelo de negocios Canva Board:	19
II. ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO	21
1.1 Descripción de la empresa.....	22
1.2 Imagen Corporativa o BrandKit 1.2.1 Logo e Isotipo.....	22
1.2.2 Eslogan.....	23
Un clic para estar en línea	23
1.2.3 Colores.....	23
1.2.4 Tipografías	23
1.3 Filosofía de negocios	24
1.3.1 Misión	24
1.3.2 Visión	24
1.3.3 Valores.....	24
1.4.-Ventajas competitivas.....	25
1.4.1 Valor agregado.....	25
1.4.2 Estrategias de diferenciación	25
II. ESTRUCTURA DEL ENTORNO	26
2.1 ANALISISFODA.....	27
2.2 Análisis FODA del proyecto.....	27

2.3	Análisis de la competencia.....	28
2.4	Principales competidores	28
2.5	Fortalezas y debilidades de la competencia	28
2.6	Análisis de la demanda o consumidores.....	29
2.7	Análisis y presentación de los resultados de la encuesta	30
III.	ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA	39
3.1	Mercado Meta	40
•	Principales necesidades o deseos y expectativas	40
3.2	Descripción del producto o servicio	40
	Servicio	40
	Características	41
	Garantías	41
	Resultado garantizados.....	¡Error! Marcador no definido.
	Beneficios	41
	Ventajas.....	41
	Formato de compra	41
3.3	Estrategias de precios.....	42
3.3.1	Costo o inversión de producción o adquisición	42
3.3.2	Margen de beneficios	42
3.3.3	Precio de venta.....	42
3.3.5	Formatos de pago	43
3.3.6	Manejo de devoluciones, descuentos e impuestos	43
3.4	Estrategias de distribución.....	44
	44
	44
3.5	Estrategias de comunicación	45
3.5.1	Tácticas promocionales	45
3.3.2	Tácticas publicitarias promocionales.....	45
3.3.3	Tácticas promocionales de medios.....	45
3.3.4	Tácticas de ventas.....	46
3.5.5	Tácticas de relaciones públicas	46
IV.	ESTRUCTURATÉCNICA	47

4.1 Principales socios claves del proyecto	48
Accionistas o Inversionistas.....	48
Proveedores	51
Suplidores.....	51
Plataformas online.....	52
4.2 Asesores o especialistas de producción y Operaciones	54
▪ Soporte técnico	54
▪ Social Media.....	54
▪ Entrenadores	54
4.3 Áreas operativas del proyecto	54
Gerencia administrativa	54
Atención al cliente	54
Ventas y gestión de pedidos.....	55
Legal.....	56
Compras y control de inventarios.....	58
Actualización de contenidos online	58
4.4 Estructura Organizacional.....	58
4.5 Horario de trabajo y asistencia al cliente	59
4.6 Políticas operativas del negocio.....	59
4.7 Normas laborales	60
II. ESTRUCTURAFINANCIERA.....	63
5.1 Plan de inversión.....	64
5.2 Proyección de ventas por temporadas.....	66
5.3 Estado de flujos de efectivo proforma	67
5.4 Estado de resultados proforma	68
CONCLUSIONES.....	69
BIBLIOGRAFÍAS	71
ANEXOS	74
APÉNDICES.....	78
Cuestionario	79
Instagram	81
Página Web	82

RESUMEN EJECUTIVO

La propuesta trata de un servicio o programa de entrenamiento físico personalizado que incluye, además, asesoría nutricional y suplementaria de manera virtual, esta idea nace luego de reconocer la importancia de llevar un estilo de vida saludable y que hoy en día es un reto, que requiere mucha fuerza de voluntad para encontrar el tiempo y preparar alimentos bajos en azúcar y grasa debido al ritmo de vida que llevamos.

En República Dominicana, más que una disciplina deportiva, el fitness se ha convertido una cultura, principalmente entre la población joven, y que se puede complementar con otras como Pilates, caminatas, running, crossfit u otro deporte, pero al ser un ejercicio de alto impacto, practicarlo de manera incorrecta puede ocasionar lesiones en huesos, músculos o tendones.

La evolución de los gimnasios en el país ha sido positiva, tanto por los modernos equipos, instalaciones y los planes que ofertan. Son varias las cadenas de gimnasios nacionales y extranjeras que se han expandido por toda la ciudad, aunque sin dejar a un lado que las torres de apartamentos y hoteles ya cuentan con un espacio de ejercicios exclusivo para huéspedes o residentes

Este proyecto emprendedor está concebido como una opción totalmente virtual donde los clientes pueden recibir todos estos beneficios ofrecidos solo con algunos clics. Un Gimnasio virtual le concede al usuario la oportunidad de una participación activa en su salud física y estética donde nuestra plataforma tiene un papel protagónico pues suplirá a los consumidores de todas las herramientas, accesorios y tutorías necesarias para que solo necesiten seguir sus rutinas en su tiempo y espacio.

CyberGym es una propuesta de negocio que ofrece un servicio de entrenamiento físico individualizado dirigido por un personal profesional con el objetivo de desarrollar, educar y motivar en la realización de un programa de ejercicio físico seguro y efectivo, de acuerdo al estado de salud, capacidad y necesidades de nuestros clientes. Adicionalmente, brindamos la asesoría nutricional y suplementaria adecuada, de manera que las actividades físicas puedan

acompañarse de buenos hábitos de alimentación y así garantizar mejores resultados. Estos servicios se ofrecen tanto de manera presencial programada como en línea a través de la plataforma del Gimnasio.

CyberGym ofrece un servicio de entrenamiento personalizado basado en el seguimiento e interacción continua con el cliente, enfocado en el trabajo del sistema cardiovascular y muscular de manera conjunta, llamado HIIT, así como el acceso a una plataforma web a la cual nuestros usuarios pueden acceder según su disponibilidad de horario y en cualquier lugar con conexión a internet.

Como valor agregado al servicio, CyberGym brinda la posibilidad de acceder a un entrenamiento físico on-line con seguimiento en vivo desde cualquier ubicación, además cuenta con un nutricionista que realizará una valoración al inicio del programa con el fin de conocer el estado físico de cada usuario y estará en contacto virtual trimestralmente con cada cliente haciendo un seguimiento de medidas y peso corporal.

Luego de los datos presentados como base en este proyecto se llega a la conclusión de que es un emprendimiento altamente rentable y para el desarrollo de este plan integral de negocios es necesaria una continuidad con el plan de marketing para siempre estar un paso antes de la competencia con mejores servicios y disciplinas que permitan satisfacer a los clientes y evitar que se busquen otras alternativas.

Por medio de alianzas con empresas relacionadas al ejercicio físico y nutrición será posible tener más participación en el mercado y brindar más beneficios a los clientes. Siendo la mejor estrategia para este tipo de empresa Aprovechar las redes sociales, el cual es el medio de comunicación más utilizado por los clientes y el grupo objetivo, para dar a conocer promociones, descuentos o realizar o comunicaciones, además de nutrirse de los comentarios y sugerencias de los clientes.

INTRODUCCIÓN

Como requisito del curso final de grado, el presente documento desglosa la parte inicial del desarrollo de una propuesta de negocio innovadora, virtual y que ofrece una solución factible a un problema existente hoy en día en nuestra sociedad.

La propuesta trata de un servicio o programa de entrenamiento físico personalizado que incluye, además, asesoría nutricional y suplementaria de manera virtual, esta idea nace luego de reconocer la importancia de llevar un estilo de vida saludable y que hoy en día es un reto, que requiere mucha fuerza de voluntad para encontrar el tiempo y preparar alimentos bajos en azúcar y grasa debido al ritmo de vida que llevamos.

Antecedentes del sector

En República Dominicana, más que una disciplina deportiva, el fitness se ha convertido una cultura, principalmente entre la población joven, y que se puede complementar con otras como Pilates, caminatas, running, crossfit u otro deporte, pero al ser un ejercicio de alto impacto, practicarlo de manera incorrecta puede ocasionar lesiones en huesos, músculos o tendones.

La evolución de los gimnasios en el país ha sido positiva, tanto por los modernos equipos, instalaciones y los planes que ofertan. Son varias las cadenas de gimnasios nacionales y extranjeras que se han expandido por toda la ciudad, aunque sin dejar a un lado que las torres de apartamentos y hoteles ya cuentan con un espacio de ejercicios exclusivo para huéspedes o residentes.

En la ciudad de Santiago hay tres cadenas internacionales que se destacan, el SmartFit, Gold'sGymy Body Shop Athletic Club, una franquicia dominicana. Entre las empresas de entrenamiento físico personal (basado en ejercicios cardiovasculares de alta intensidad) podemos resaltar los que siguen: ABC Fitness, ExersicesMetropolitan Club, Fit Factory, VIP Fitness, Cirujano Fitnees, Biofit, V-All, LifeRevolutionAcademy, Tito'sBootcamp, TVT Fitness considerando los dos últimos mencionados como los de mayor trayectoria y permanencia en el mercado, manteniendo un número de afiliados importantes.

Nuestro proyecto está dirigido al sector del fitness, el cual se encuentra en constante evolución y se da la necesidad de ofrecer un servicio de forma cada vez más personalizada, con el objetivo de que las personas lleven a cabo actividades más adecuadas a su forma física y eviten así posibles lesiones. Esto amplía la demanda de entrenamientos personales en línea.

Desde épocas remotas, el hombre siempre ha querido vivir más y mejor, sin aceptar los cambios que el tiempo y la edad van produciendo sobre su salud, tanto física como emocional, llevándolo al envejecimiento y a la muerte. Las

enfermedades, dolencias, pérdidas, etc., son procesos difíciles de aceptar en la cultura de hoy que quiere vivir una eterna juventud. Durante los últimos años la sociedad ha experimentado profundos cambios en materia de salud.

Los comportamientos que tienen impacto en la salud se denominan habitualmente «Modos o Estilos de Vida», este término se convierte en un referente de la manera como la gente se comporta con respecto a la exposición a factores nocivos que representan riesgo para la salud. El estilo de vida tiene una representación importante en el estado de la salud pública de una población, ya que se considera que un tercio de las enfermedades en el mundo pueden prevenirse mediante cambios en el comportamiento y modificaciones en el estilo de vida.

La recomendación de la OMS establece un mínimo de 150 minutos semanales de actividad física aeróbica, de intensidad moderada, o de 75 minutos de ejercicio vigoroso. Pero incluso esto se queda corto. Al menos, así lo apunta un nuevo estudio realizado por expertos de la Universidad de Columbia (EE UU), que ha visto la luz recientemente en la revista *American Journal of Epidemiology*. El trabajo concluye que el tiempo mínimo que debemos ejercitarnos para contrarrestar todo un día sentado es de 30 minutos, o tres horas y media a la semana.

Más allá de los músculos de los dedos, fundamentales para teclear delante del ordenador, chatear por el móvil o usar el mando de la tele, pasamos demasiadas horas al día prácticamente sin movernos. Somos cada vez más sedentarios y los médicos e instituciones sanitarias ya no saben cómo decirlo: el 60% de la población mundial no realiza la actividad física necesaria, según la Organización Mundial de la Salud (OMS), y eso puede derivar en graves problemas de salud como la obesidad, el sobrepeso, el desarrollo de enfermedades cardiovasculares y diabetes. Y, nos guste o no, la única forma de evitarlo es haciendo ejercicio físico.

Tras una investigación por la OMS, se evaluó a 8.000 adultos de 45 años en adelante, los investigadores observaron que, si levantamos las posaderas de la silla durante media hora, un tiempo dedicado a hacer ejercicios de baja intensidad, los riesgos de padecer problemas de salud se reducen un 17%. Y si la actividad física es moderada o vigorosa los beneficios son aún mayores: la reducción puede llegar hasta un 35%. Por el contrario, cuanto más tiempo pasamos sentados, mayor es el riesgo de muerte, según determinan trabajos anteriores realizados por el mismo equipo.

"Si tienes un trabajo o un estilo de vida que implica muchas horas de estar sentado, puedes reducir el riesgo de morir antes simplemente moviéndote con más frecuencia, durante el tiempo que quieras y que te permita tu capacidad. Esto quiere decir que vale una hora de clase de *spinning* de alta intensidad o actividades de menor intensidad, como caminar", asegura Keith Díaz, profesor asociado de la Universidad de Columbia y autor de la investigación.

Las personas que realizan habitualmente actividad o ejercicio físico viven en promedio 3 y 4 años más que aquellos que no lo hacen, según estudios del Instituto Nacional del Cáncer de Estados Unidos.

El sector está en constante evolución y se prevén cambios en el futuro. Se da la necesidad de ofrecer estos servicios de forma cada vez más personalizada, con el objetivo de que las personas lleven a cabo actividades más adecuadas a su forma física y eviten así posibles lesiones. Esto amplía la demanda de entrenamientos personales en línea.

Planteamiento del problema o necesidades identificadas en el mercado

Los servicios están diseñados para personas con horarios complicados o cambiantes, que buscan una alternativa totalmente personalizada y un enfoque integral (ejercicio-dieta-estética), frente a la escasez del tiempo libre, sedentarismo, malos hábitos de vida y alimenticios, entre otros.

Este proyecto emprendedor está concebido como una opción totalmente virtual donde los clientes pueden recibir todos estos beneficios ofrecidos solo con algunos clics. Un Gimnasio virtual le concede al usuario la oportunidad de una participación activa en su salud física y estética donde nuestra plataforma tiene un papel protagónico pues suplirá a los consumidores de todas las herramientas, accesorios y tutorías necesarias para que solo necesiten seguir sus rutinas en su tiempo y espacio.

El concepto a nivel del mercado es innovador, no obstante, la plataforma digital a utilizar ha tenido éxito en mercados extranjeros. Aun funcionando de manera independiente y sin pertenecer a ninguna franquicia, nos apoyamos en Aplicaciones disponibles para la operación de los servicios ofrecidos.

Objetivo general

- Desarrollar un plan de negocios online para el proyecto emprendedor CyberGym

Objetivos específicos

- Determinar la factibilidad económica del proyecto en line CyberGym
- Establecer plataformas digitales para acercarnos al mercado de CyberGym
- Investigar la demanda existente para los servicios de CyberGym online

Importancia y justificación del proyecto

- **Aspecto profesional:**

Como profesionales el emprender un proyecto de esta naturaleza significa crecimiento y proyección a futuro. Esta propuesta de negocios ahora pasa a ser parte del Curriculum y marcas precedentes de competencias en el mundo de los negocios.

- **Aspecto personal:**

Como personas el tomar una participación activa en la dinámica económica del entorno es sumamente importante porque aportamos al desarrollo del país. De la misma forma es de mucha satisfacción personal ver concretizada una idea de tenor personal y mediante su crecimiento alcanzar objetivos propios.

- **Aspecto social:**

Los problemas acarreados por una vida sedentaria y falta de ejercicios es algo conocido por todos y este proyecto viene a aportar soluciones que de una forma u otra beneficia a la sociedad. Con este proyecto se ofrecen alternativas a la falta de tiempo o de herramientas que permitan tener una vida saludable e indiscutiblemente personas saludables conforman una sociedad saludable.

Metodología

El presente proyecto está basado mayormente en estudios estadísticos, bibliográficos y de tendencia, así como una encuesta objetiva para determinar la necesidad real del servicio.

Técnicas utilizadas para la recolección de datos

- Análisis de contenidos bibliográficos.
- Entrevistas a especialistas.
- Entrevistas a propietarios de negocios del sector.
- Encuestas a posibles consumidores.

Delimitación del proyecto

Proyecto dirigido inicialmente a los residentes de la República Dominicana, pero con miras a expansión internacional.

Limitaciones del proyecto

El proyecto se ve limitado a las dificultades de recolección de información ocasionado por la actual pandemia, así como la limitante de conocimiento de uso de herramientas tecnológicas que faciliten esta condición.

Métodos para la recolección de datos

Los datos que sirven de soporte para el siguiente proyecto fueron recolectados mediante encuestas a los consumidores potenciales identificados.

Modelo de negocios Canva Board:

El llamado Modelo Canvas o método Canvas fue desarrollado en 2011 por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur en el libro Generación de Modelos de Negocio, donde analizan los diferentes tipos de modelos y cuál es mejor utilizar en cada caso. Cabe destacar que el libro hace referencia a una nueva economía donde el sistema productivo ha cambiado, y por lo tanto es necesario cambiar también la mentalidad: lo más importante ahora es crear valor para los clientes.

El Modelo Canvas es una herramienta para definir y crear modelos de negocio innovadores que simplifica 4 grandes áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica en un recuadro con 9 divisiones

Modelo de Negocios CANVAS

SOCIOS CLAVES	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACION CON LOS CLIENTES	SEGMENTACION CLIENTES
<p>Tienda de Suplementos</p> <p>Tienda de articulos deportivos</p> <p>Profesionales de la salud</p> <p>Gimnasios locales</p> <p>Influencers</p>	<p>Servicio a domicilio y flexibilidad de horario, publicidad pagada en redes sociales, demostraciones grupales en empresa privadas y evaluaciones fisicas gratuitas</p>	<p>Servicios de entrenamiento fisico personalizado que integra la asesoria nutricional, suplementaria seguimiento continuo en linea, enfocado en el trabajo del sistema cardiovascular y muscular de manera conjunta.</p>	<p>Contacto directo y virtual con nuestros clientes</p>	<p>Hombres y mujeres de la ciudad de Santiago entre las edades de 25-40 años. interesados en adoptar un estilo de vida saludable y mejorar su condicion fisica, que cuenten con poca disponibilidad de tiempo para visitar un gimnasio, con poder adquisitivo medio-alto</p>
	RECURSOS CLAVE		CANALES	
	<p>Entrenador Personal certificado</p> <p>Profesionales de la salud</p> <p>plataforma Web</p>	<p>El objetivo es elaborar programas de acuerdo con la demanda y/o necesidad de cada individuo que desea adoptar un estilo de vida saludable sin complicar su rutina diaria, adaptados a su tiempo y espacio.</p>	<p>Aplicaciones de comunicacion en linea</p> <p>LLmadas de voz y video</p> <p>Pagina Web</p> <p>Redes sociales</p>	
ESTRUCTURA DE COSTOS		FUENTE DE INGRESOS		
<p>Diseño y desarrollo de la identidad corporativa</p> <p>Creacion de pagina Web</p> <p>Materiales impresos</p> <p>Articulos de ejercicio basico</p> <p>Publicidad masiva digital y radial</p> <p>Servicios de telecomunicaciones</p> <p>Contrata de personal Humano</p>		<p>CYBER GROUP: Entrenamiento Grupal al aire libre de Lunes a Viernes , basado en entrenameinto de intervalos de alta intensidad.</p> <p>CYBER FIT: programa de entrenamiento familiar a domicilio , con duracion de 3 meses</p> <p>CYBER LINE: Entrenamiento Personalizado en linea</p>		

Un click para estar en lineaaa



II. ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO

1.1 Descripción de la empresa

CyberGym es una propuesta de negocio que ofrece un servicio de entrenamiento físico individualizado dirigido por un personal profesional con el objetivo de desarrollar, educar y motivar en la realización de un programa de ejercicio físico seguro y efectivo, de acuerdo al estado de salud, capacidad y necesidades de nuestros clientes. Adicionalmente, brindamos la asesoría nutricional y suplementaria adecuada, de manera que las actividades físicas puedan acompañarse de buenos hábitos de alimentación y así garantizar mejores resultados. Estos servicios se ofrecen tanto de manera presencial programada como en línea a través de la plataforma del Gimnasio.

CyberGym ofrece un servicio de entrenamiento personalizado basado en el seguimiento e interacción continua con el cliente, enfocado en el trabajo del sistema cardiovascular y muscular de manera conjunta, llamado HIIT, así como el acceso a una plataforma web a la cual nuestros usuarios pueden acceder según su disponibilidad de horario y en cualquier lugar con conexión a internet.

1.2 Imagen Corporativa o BrandKit

1.2.1 Logo e Isotipo

El logo e Isotipo están constituido por un icono muscular característico de los gimnasios y líneas cibernéticas que representan la naturaleza del negocio.



1.2.2 Eslogan

Un clic para estar en línea

1.2.3 Colores



1.2.4 Tipografías

Logo Cyber Gym: Fuente EuroStyle Normal

Slogan: Myriad Variable Concept Light Condensed

Piezas: Tarjetas, Afiche y Flyer Social Media

Fuentes: EuroStyle Normal, Myriad Variable Concept, Impact y Brush Script MT Italic

Programas: adobe illustrator para hacer el diseño y el photoshop para limpiar las imágenes

1.3 Filosofía de negocios

1.3.1 Misión

Facilitar el acceso a bienestar a través del ejercicio físico y la sana alimentación mediante una plataforma electrónica innovadora.

1.3.2 Visión

Ser la plataforma virtual líder en el bienestar físico combinando entrenamientos, una sana alimentación y seguimiento personalizado

1.3.3 Valores

- Innovación
- Integridad
- Capacidad
- Responsabilidad
- Calidad

1.4.-Ventajas competitivas

1.4.1 Valor agregado

Como valor agregado al servicio, CyberGym brinda la posibilidad de acceder a un entrenamiento físico on-line con seguimiento en vivo desde cualquier ubicación, además cuenta con un nutricionista que realizará una valoración al inicio del programa con el fin de conocer el estado físico de cada usuario y estará en contacto virtual trimestralmente con cada cliente haciendo un seguimiento de medidas y peso corporal.

1.4.2 Estrategias de diferenciación

El servicio que ofrecemos en reducidas palabras es un programa de online coach, entre los servicios está el ofrecer planes de superación y mantenimiento físico para personas en distintos grupos de edad, como atletas, amas de casa o incluso personas minusválidas.

II. ESTRUCTURA DEL ENTORNO

2.1 ANALISISFODA

El análisis FODA es una prueba para conocer las fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas de una empresa antes su competencia y es utilizado como base de diagnóstico de un plan de negocios y para definir objetivos realistas y diseñar estrategias competitivas para alcanzar las metas y objetivos del proyecto.

2.2 Análisis FODA del proyecto



2.3 Análisis de la competencia

2.4 Principales competidores

En la ciudad de Santiago hay tres cadenas internacionales que se destacan, el SmartFit, Gold'sGymy Body Shop Athletic Club, una franquicia dominicana. Entre las empresas de entrenamiento físico personal (basado en ejercicios cardiovasculares de alta intensidad) podemos resaltar los que siguen: ABC Fitness, Exersices Metropolitan Club, Fit Factory, VIP Fitness, Cirujano Fitnees, Biofit, V-All, Life Revolution Academy, Tito'sBootcamp, TVT Fitness considerando los dos últimos mencionados como los de mayor trayectoria y permanencia en el mercado, manteniendo un número de afiliados importantes.

2.5 Fortalezas y debilidades de la competencia

Fortalezas

- Maquinarias físicas
- Trayectoria en el mercado
- Personal capacitado y con experiencia

Debilidades

- Limitantes de espacio
- Horarios restrictivos
- Debilidades promocionales

2.6 Análisis de la demanda o consumidores

CyberGym tendrá oficinas en la ciudad de Santiago y Santo Domingo, pero prestará servicio en todo el país. Servicios para personas de 25 a 40 años en adelante con nivel socio económico medio-alto. Consumidor acostumbrado a una vida fitness, pero con poco tiempo para dedicarle a ella. Predisposición a probar productos y servicios nuevos e innovadores.

Los servicios y productos ofrecidos por esta empresa son indistintos para sexo o raza. Por otro lado, según los estudios de mercado, las estadísticas y los antecedentes si se aprecia cierta tendencia en cuanto al estado civil pues las personas Solteras, divorciadas o viudas muestran más disposición que las casadas a la hora de mejorar su estilo de vida o buscar herramientas para un cuerpo fitness.

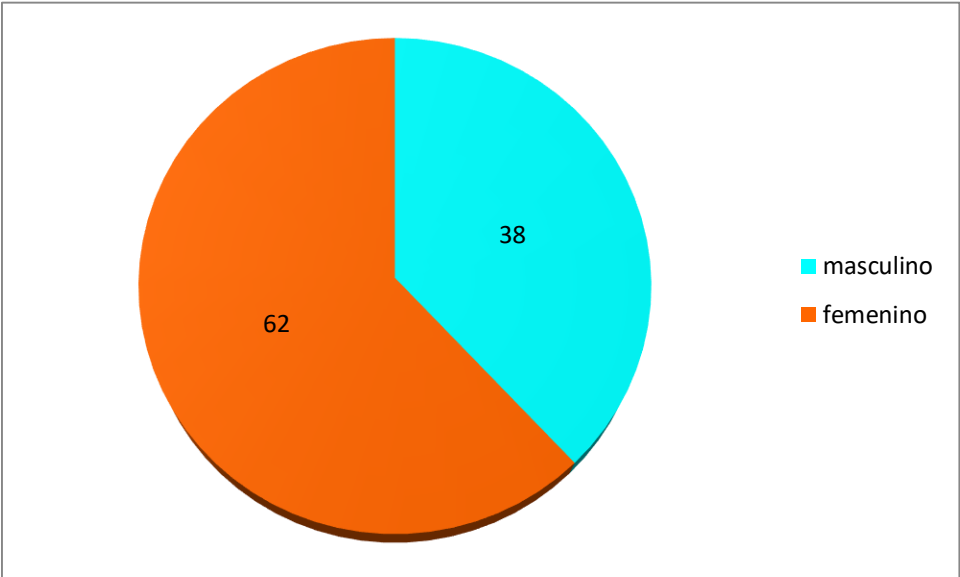
La edad es un factor ciertamente relevante ya que después de los 40 el tipo de ejercicio que predomina es el cardiovascular por tanto no se requiere de asesoría especializada o por lo menos el consumidor no muestra mucho interés en ella.

El nivel socio económico requerido es medio- Alto considerando el costo de los productos Fitness y las necesidades básicas del consumidor en la República Dominicana, ya que esta categoría de necesidad es del cuarto nivel por lo cual se requiere cierto grado de desarrollo económico para requerir el servicio.

2.7 Análisis y presentación de los resultados de la encuesta

TABLA DE FRECUENCIA 1

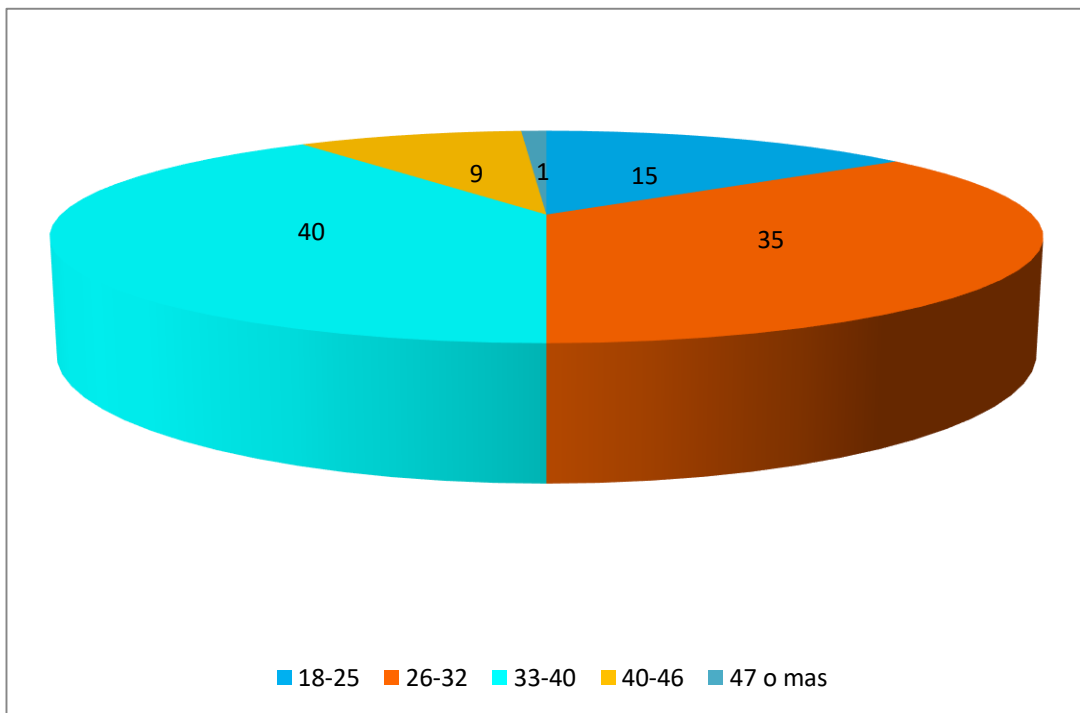
Genero	Frecuencia
Masculino	38
Femenino	62
TOTAL	100



El 62% de los encuestados es de sexo Femenino mientras que el 38% restante son de sexo Masculina

TABLA DE FRECUENCIA 2

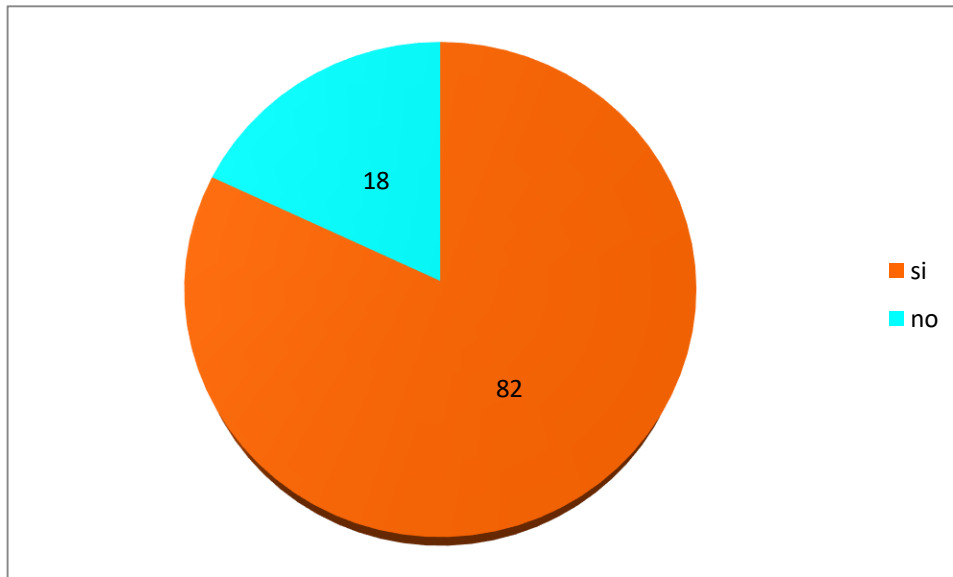
Rango de edad	Frecuencia
18-25	15
26-32	35
33-40	40
40-46	9
47 o mas	1
TOTAL	100



De los encuestados 15 están en u rango de edad de 18 a 25 años, 35 en el rango de 26 a 32 años, 40 en el rango 33 a 40 años, 9 encuestados tienen entre 40 y 46 años y solo un encuestado más de 47 años.

TABLA DE FRECUENCIA 3

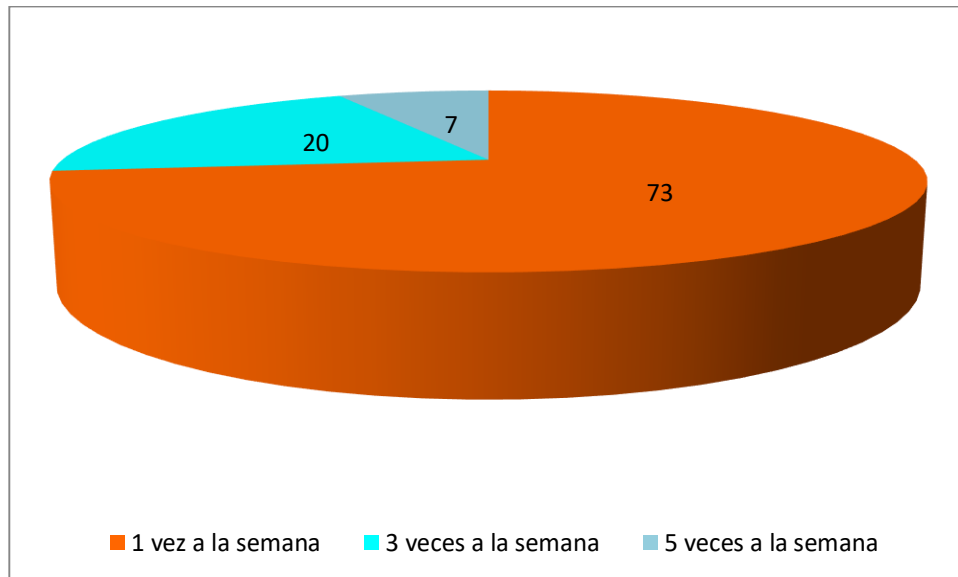
Realiza usted ejercicio	Frecuencia
si	82
no	18
TOTAL	100



El 82% de los encuestados realiza ejercicio de manera regular mientras que el 18% solo de manera ocasional

TABLA DE FRECUENCIA 4

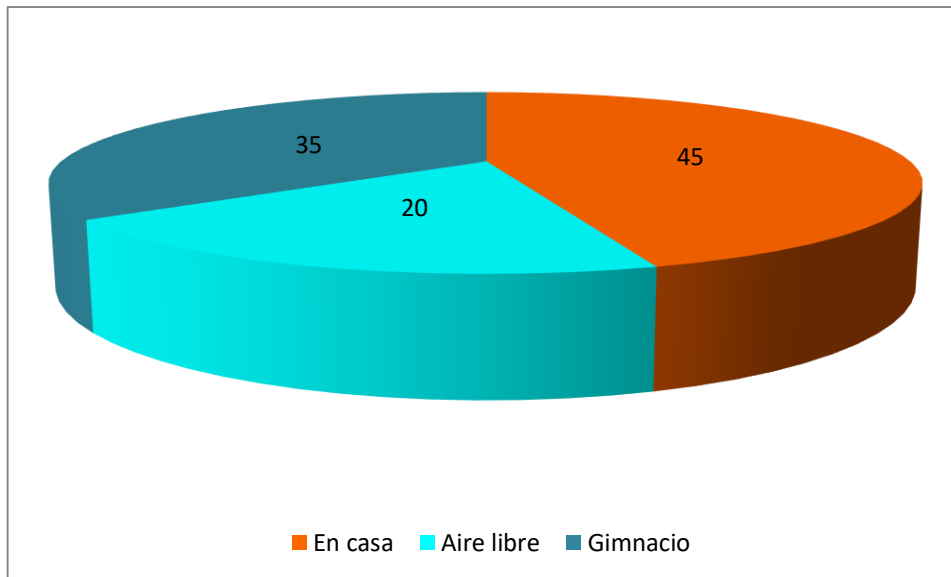
Con que frecuencia realiza ejercicio	Frecuencia
1 vez a la semana	73
3 veces a la semana	20
5 veces a la semana	7
TOTAL	100



73 personas encuestadas realizan ejercicio 1 vez a la semana, 20 personas lo realizan 3 veces a la semana 7 personas realizan ejercicio 5 veces a la semana

TABLA DE FRECUENCIA 5

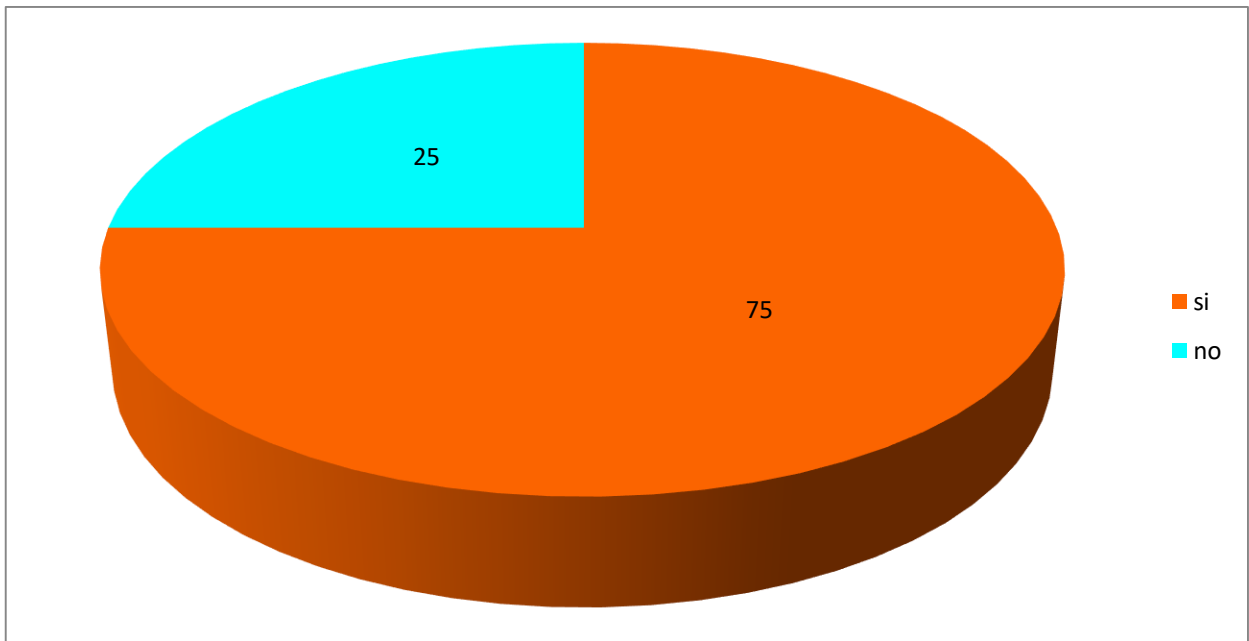
Qué tipo de rutinas prefiere	Frecuencia
En casa	45
Aire libre	20
Gimnasio	35
TOTAL	100



45 de los encuestados prefieren realizar ejercicios en casa, 20 de ellos al aire libre y los 35 restantes en un Gimnasio.

TABLA DE FRECUENCIA 6

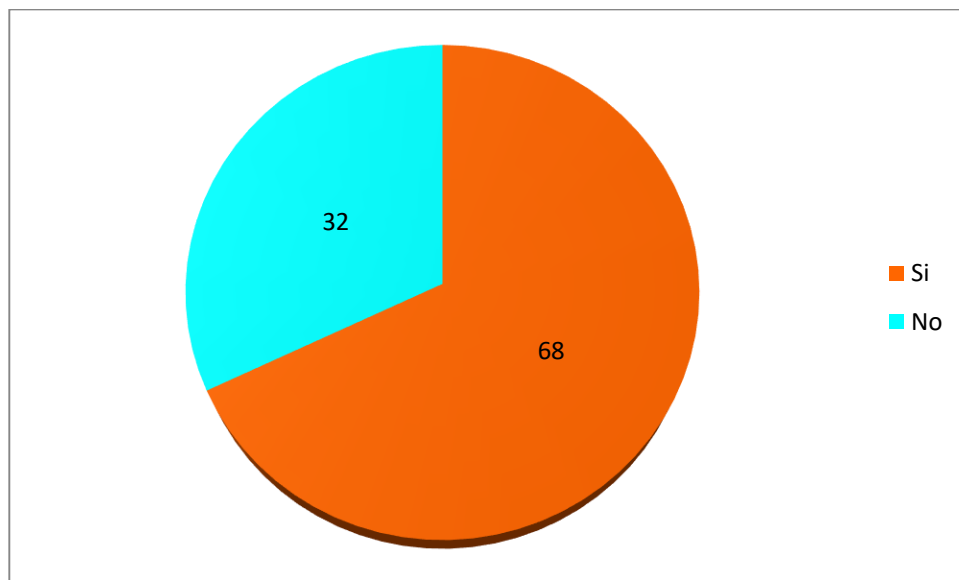
Suele comprar vitaminas y suplementos en el gimnasio	Frecuencia
si	75
no	25
TOTAL	100



EL 75% de los encuestados suele comprar vitaminas y suplementos en el Gimnasio mientras que el 25% no los compra.

TABLA DE FRECUENCIA 7

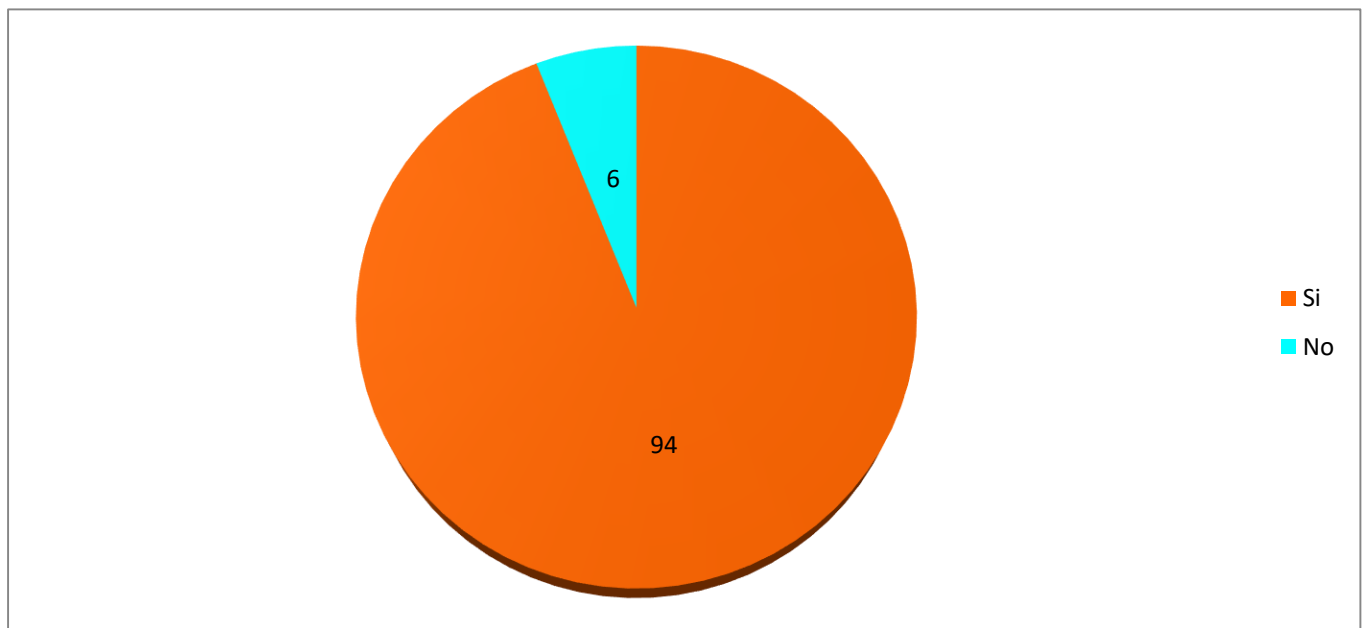
A hecho ejercicios con tutoriales virtuales	Frecuencia
Si	68
No	32
TOTAL	100



El 68% ha realizado ejercicios con tutoriales virtuales mientras que el 32% no los ha realizado.

TABLA DE FRECUENCIA 8

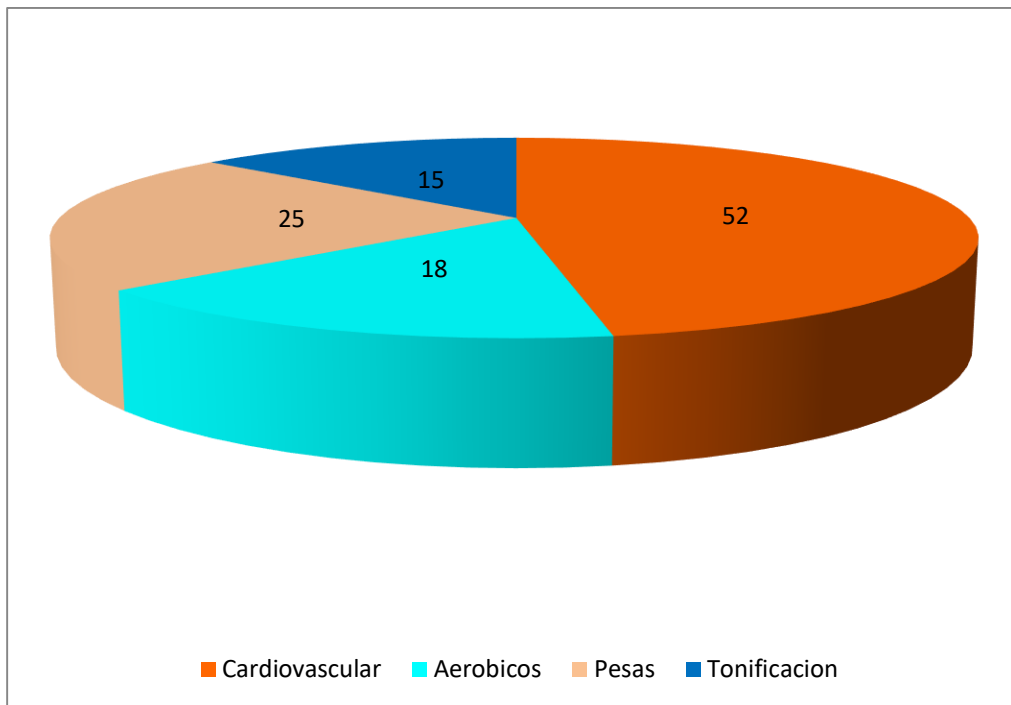
Estaría interesado en recibir un seguimiento de rutina virtual	Frecuencia
Si	94
No	6
TOTAL	100



El 94% de los empleados muestran interés en recibir un seguimiento de rutina de manera virtual mientras que el otro 6% no está interesado-

TABLA DE FRECUENCIA 9

Cuales tipo de ejercicio realiza con más frecuencia	Frecuencia
Cardiovascular	52
Aeróbicos	18
Pesas	25
Tonificación	15
TOTAL	100



52 de los encuestados realizan con más frecuencia ejercicio cardiovascular, 18 de ellos ejercicios aeróbicos, 25 con más frecuencias utilizan pesas y 15 realizan ejercicios de tonificación.

III. ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA

3.1 Mercado Meta

- **Avatar de cliente**

Hombres y mujeres de la ciudad de Santiago entre las edades de 25-45 años. Interesados en adoptar un estilo de vida saludable y mejorar su condición física, que cuenten con poca disponibilidad de tiempo para visitar un gimnasio, con poder adquisitivo medio-alto

- **Principales necesidades o deseos y expectativas**

Una plataforma que le permita el acceso a un Gymnasio pero sin la limitante del tiempo. Siendo el cliente gestor del momento, el lugar y el tipo de ejercicio a realizar. Este proyecto otorga todas las herramientas y asesorías especializadas con los más altos estándares de calidad y el soporte y beneficios que brinda la tecnología.

3.2 Descripción del producto o servicio

Servicio

Los servicios que ofrecerá la consulta de entrenamientos personalizados serán los siguientes:

- Rutinas personalizadas de mejora física.
- Atención y asesoramiento a personas con problemas de peso (anorexia y obesidad).
- Elaboración de dietas de adelgazamiento.
- Elaboración de dietas de musculación.

Características

- Dieta-terapia.
- Elaboración de menús.
- Consultorio online.

Garantías

Resultados garantizados

Beneficios

Nuestros servicios están diseñados para personas con horarios complicados o cambiantes, que buscan una alternativa totalmente personalizada y un enfoque integral (ejercicio dieta-estética), como una propuesta frente a escasez del tiempo libre, sedentarismo, malos hábitos de vida, y otros.

Ventajas

La actividad que desarrolla este proyecto es la de una consulta de entrenamiento físico personal en línea (virtual), con el fin de asesorar a las personas en determinados hábitos deportivos (también de vida y alimenticios) que les ayuden a mejorar su forma física.

Formato de compra

Todos los servicios y productos pueden adquirirse en la plataforma virtual

3.3 Estrategias de precios

3.3.1 Costo o inversión de producción o adquisición

El costo de inversión de la prestación de servicio representará un 60% del precio de venta y estará distribuido de manera siguiente:

Costos de operación 15% Costos de mano de obra 45%

3.3.2 Margen de beneficios

El margen de ganancias establecido para este proyecto es de un 40%.

3.3.3 Precio de venta

Para calcular el precio de venta de los servicios se utilizará el método del costo incrementado, que consiste básicamente en considerar primero lo que cuesta producir, promocionar y tener listo para la venta el servicio y añadir una cantidad adicional que representa el margen de beneficio que se desea, que en este caso es de un 40%.

El costo deberá incluir aquellos gastos relacionados con el negocio como son servicios de electricidad, dominio y hosting, internet, impuestos, marketing, publicidad, etc. Además, deben estar incluidos los costos de materiales, mano de obra y honorarios.

Precio de venta = Costos de operación 10% + Mano de obra 50% + Margen de beneficios 40% = 100%

3.3.4 Precios promocionales

Basados en la información de los estudios realizados, se utilizarán como estrategias de promoción los descuentos de temporada y bonos especiales.

Se otorgará un 10% de descuento a los primeros 20 clientes en solicitar algunos de los servicios ofrecidos y bonos especiales para los primeros 10 clientes en solicitar servicios por segunda ocasión.

3.3.5 Formatos de pago

La empresa CyberGym admite pagos en efectivo de manera presencial y de igual forma vía pagos electrónicos directamente en la plataforma, aceptando también transferencias bancarias para comodidad de sus usuarios.

3.3.6 Manejo de devoluciones, descuentos e impuestos

Las devoluciones de productos se realizarán dentro de los 7 días de la compra previa solicitud en línea, para ser retirado el producto por envío o mensajero sujeto a cambio por error en facturación o vencimiento del producto.

Los descuentos por pronto pago se aplican inmediatamente el cliente realiza el pago de sus servicios en los plazos establecidos para aplicar a los descuentos.

Los precios de CyberGym incluyen los impuestos de ley, dando a los clientes los precios finales para adquisición de los productos y servicios

3.4 Estrategias de distribución

La distribución de los servicios será virtual pero los productos por mensajería o envío. Los envíos se gestionarán mediante aplicaciones con amplia aceptación dentro del mercado meta. Entre ellas:



3.5 Estrategias de comunicación

3.5.1 Tácticas promocionales

- Diseño y desarrollo de una campaña publicitaria que fomente la importancia de adoptar un estilo de vida saludable.
- Proyectar videos testimoniales de personas que han experimentado cambios significativos a través de nuestros servicios.

3.3.2 Tácticas publicitarias promocionales

Los servicios y productos de CyberGym serán anunciados en actividades deportivas y ferias locales a nivel nacional. Así mismo en vayas digitales ubicadas estratégicamente en lugares de concurrencia de público de interés como son las universidades

3.3.3 Tácticas promocionales de medios

Se realizarán concursos en las redes sociales a fin de ganar seguidores y promocionar tanto la empresa como los productos y servicios a ofrecer.

3.3.4 Tácticas de ventas

Los representantes de ventas de la empresa ofertaran membrecías familiares, descuentos por membrecías anuales y combos de tutorías guiados y suplementos.



3.5.5 Tácticas de relaciones públicas

- Impartición de charlas educativas en universidades, centros de salud y empresas del sector privado y público con el objetivo de crear conciencia del cuidado personal y una sana alimentación.

IV. ESTRUCTURATÉCNICA

4.1 Principales socios claves del proyecto

Accionistas o Inversionistas



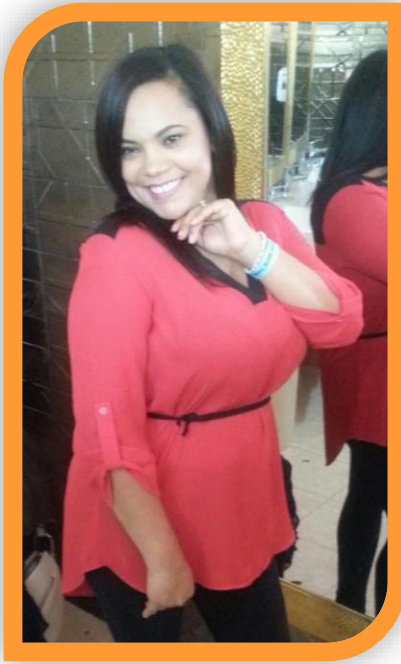
Derlyn José Báez Puello

Nacido y residente de la ciudad de Santiago de los Caballeros, actualmente Vive en c/principal de Gurabo #52. De estado civil Unión libre. Ha realizado cursos de Seminario tendencia de nuevos modelos de negocio y Estatus y marketing para emprendedores de la era digital, ambos en la Universidad Abierta Para Adultos. Asimismo, taller de productividad personal y curso de Gestión en la excelencia del servicio al cliente.



Dilcia Silverio Taveras

Oriunda y residente de Cotui, municipio de la provincia de Sánchez Ramírez. De estado civil Soltera, trabaja en la superintendencia de electricidad en la oficina de Protecom, Es un emprendedora Innata que actualmente posee su propia marca de productos naturales de belleza. Estudiante de término de la carrera de mercadeo en la Universidad Abierta Para Adultos UAPA.



Altagracia Peralta Castillo

Nativa de la ciudad de Bonao, República Dominicana, reside actualmente en villa Sonador. De estado civil unión libre es soy estilista de profesión, micro empresaria con salón de belleza propio, con un largo historias de cursos, talleres y seminarios de estilismo profesional, está culminando su licenciatura en Mercadeo en I Universidad Abierta Para Adultos. UAPA.

Proveedores

- Entrenador Personal certificado
- Profesionales de la salud
- plataforma Web
- Empresa Distribuidora de Electricidad del Norte S.A. (EDENORTE Dominicana S.A.),
- Cecomsa
- Claro Dominicana
- Gimnasios locales

Suplidores

- VitaSalud: la tienda de las vitaminas y la nutrición deportiva
- universal fitness: Tienda de vitaminas y suplementos
- nutritit shop suplementos deportivos: Tienda de vitaminas y suplementos en Santiago de los Caballeros
- Herbalife
- Total, Life Change
- Forlife

Plataformas online

← ⚙️

CyberGym ▾

en

Te ofrecemos un servicio de entrenamiento personalizado dirigido por un personal profesional, brindando a tu alcance un programa de ejercicio físico seguro y efectivo, a través de la asesoría nutricional y suplementaria adecuada.

SERVICIOS

- Rutinas personalizadas de mejora física
- Atención y asesoramiento a personas con problemas de peso (anorexia y obesidad)
- Elaboración de dietas de adelgazamiento
- Elaboración de dietas de musculación
- Dieto-terapia
- Elaboración de menús
- Consultorio online

ENTRENADOR PERSONALIZADO

Deisy Eddy Puella
(809) 646-2916

Dilce Silveira
(809) 677-2929

Attagracia Perdomo

(809) 575-5689
www.cybergym.com
@cybergym.com

CyberGym
Crear nombre de usuario de la página

Aún no tiene calificación • Gimnasio/centro de fitness en Santiago de los Caballeros, República ...

[Inicio](#) [Servicios](#) [Opiniones](#) [Tienda](#) [Ofertas](#) [Fotos](#)

Próximos pasos importantes

•



cybergymrd



99

Publicacio...

17

Seguidores

1

Seguidos

CYBER GYM RD

Producto/servicio

"Un click para estar en Línea"

🕒 Horario:5am-5pm/5pm-11pm

☎ 809-575-5689

Proyecto Final de Grado UAPA... más

Ver traducción

cybergymonline.com/

Av. Benito Juárez #72, santiago, R.D., Santiago,
Dominican Republic 51000

Seguir

Mensaje



4.2 Asesores o especialistas de producción y Operaciones

- Soporte técnico
- Social Media
- Entrenadores

4.3 Áreas operativas del proyecto

Gerencia administrativa

Las actividades de la gerencia son a la contabilidad empresarial, manejo de los recursos humanos, inversiones financieras, elaboración, ejecución y coordinación presupuestaria, preparación de los estados financieros.

Atención al cliente

Los clientes serán asesorados directamente por los entrenadores quienes en algunos casos acudirán a otros especialistas. Ofrecerán productos y servicios a los clientes. Atender sus inquietudes y solicitudes. Mediante el buzón y casilla de servicio en línea. Registrar órdenes nuevas y realizar cambios en las existentes. Emisión de facturas y cobros de las mismas

Ventas y gestión de pedidos



Legal

➤ **Registro Nacional del Contribuyente (RNC)**

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

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

➤ **Registro del Nombre Comercial (ONAPI)**

Requisitos

- a) 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.
- b) Pago correspondiente (confirmar el costo en ONAPI)
- c) Pagar impuesto por Constitución de Compañía en la Dirección General de Impuestos Internos (DGII).

➤ **Formación de la sociedad (Cámara de Comercio)**

El costo depende del Capital Social Autorizado.

Requisitos

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

➤ **Registro Mercantil.**

Requisitos

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

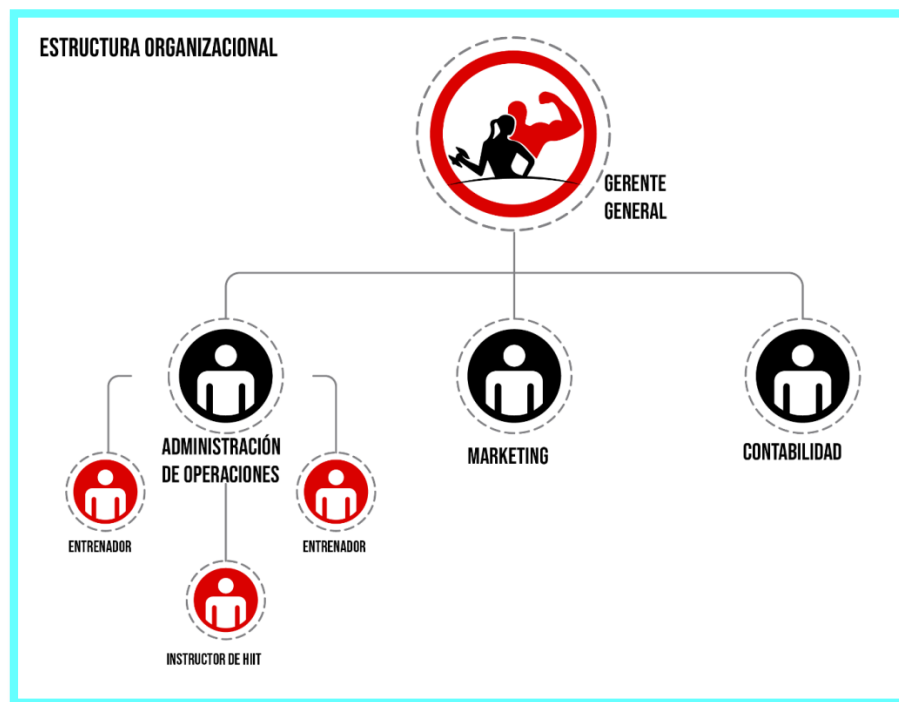
Compras y control de inventarios

Mediante la plataforma Mónica: Software para inventarios y facturación en pequeñas empresas. Muy Fácil de usar. Lleva el control de tus Inventarios en tiempo real y desde la Nube. Facturación ágil. Hecho para R Dominicana.

Actualización de contenidos online

A cargo de una social media manager certificado: El Social Media Manager es el encargado de crear, introducir y liderar la estrategia de una empresa en las redes sociales, además de diseñar su presencia en los medios sociales. Es el encargado de dotar a estos medios sociales un enfoque social y estratégico.

4.4 Estructura Organizacional



4.5 Horario de trabajo y asistencia al cliente

De 5 Am hasta las 5 Pm asistencia física

De 5 Am hasta las 11 Pm asistencia virtual

4.6 Políticas operativas del negocio

Tiene como misión inculcar en la vida de todos, a través de nuestras facilidades, programas y servicios; el valor de la salud y el fitness. Para continuar con esta tradición de buen servicio, es necesario que nuestros socios conozcan todas las facilidades, programas y servicios que les ofrecemos y que a la vez se comprometan a mantenerlas en las óptimas condiciones junto a nuestro gran equipo. Oriéntate y conoce en su totalidad nuestros gimnasios.

En el caso de personas que realicen cita para entrenamiento presencial tenemos las siguientes políticas:

- Es imprescindible el uso de ropa especial para entrenamiento como el tenis, ropa de algodón o licra, etc. No se permite usar ropa de calle y/o sandalias.
- Es responsabilidad de cada socio mantener siempre una buena higiene personal. Es obligatorio el uso de toallas.
- Para el uso de los lockers debes traer tu propio candado y desocuparlo diariamente.
- Para llevar una rutina de ejercicios, debes programar antes tu cita médica de nutrición y evaluación de fitness. Mientras, puedes hacer ejercicios bajo la supervisión de los entrenadores de piso, identificados con uniformes.
- El tiempo máximo en las máquinas cardiovasculares es de 30 minutos si otros socios esperan.

- Para las Clases Grupales el socio debe llegar puntual. Pasado los 10 minutos de la hora el instructor cerrará las puertas porque ya ha concluido el proceso de calentamiento y orientación de la rutina.

4.7 Normas laborales

1 Prohibición del trato discriminado por razones de nacionalidad. Se establece que los empleadores no deben dar un trato discriminado con respecto a los salarios, horario de trabajo y demás condiciones laborales debido a la nacionalidad del trabajador, sus creencias o por la clase social. (Artículo 3 de la Ley de Normas Laborales).

2 Indicación de las condiciones de trabajo. Se establece que al firmar el contrato de trabajo, los empleadores deben indicar claramente al trabajador el salario, el horario de trabajo y demás condiciones de trabajo. Especialmente con respecto a los datos relacionados con el salario y el horario de trabajo y demás datos que establecen las órdenes, es necesario que se les otorgue un documento (notificación de las condiciones laborales, etc.) que aclare sus detalles. (Artículo 15 de la Ley de Normas Laborales)

3 Prohibición del trabajo forzado y el despojo de salario por intermediarios. El empleador no debe imponer el trabajo en contra de su voluntad con violencia o con amenazas. Además de los casos permitidos por la Ley, no debe desarrollar como oficio la obtención de beneficios por la mediación en el empleo de los demás. (Artículos 5 y 6 de la Ley de Normas Laborales)

4 Prohibición de contratos que establezcan las multas o las indemnizaciones por incumplimiento del contrato de trabajo. Se prohíbe la celebración de contratos que establezcan las multas o los montos de las indemnizaciones por incumplimiento de trabajo por parte de los trabajadores como el despido antes del cumplimiento del período del contrato, etc. (Artículo 16 de la Ley de Normas Laborales)

5 Limitación del despido de trabajadores durante la convalecencia por un accidente de trabajo. Se prohíbe por norma el despido del trabajador durante el período de la licencia o durante 30 días después del mismo por haber sufrido lesiones o esté en

tratamiento por enfermedades causadas por el trabajo. (Artículo 19 de la Ley de Normas Laborales)

6 Preaviso de despido. En caso de despido del trabajador, por norma el empleador debe dar un preaviso de por lo menos 30 días de anticipación. En caso de no realizarse el preaviso, es necesario que se pague el salario promedio superior a la cantidad de días que falten para completar los 30 días (asignación por preaviso de despido). Sin embargo, se exceptúa en el caso de quedar imposibilitada la continuación de las operaciones por causas de fuerza mayor como los desastres naturales, etc., o por razones que se atribuyen a la responsabilidad del trabajador, en cuyo caso debe obtenerse la certificación de excepción del preaviso de despido expedida por el Jefe de la Superintendencia de las Normas Laborales. (Artículos 20 y 21 de la Ley de Normas Laborales).

7 Pago de salarios. Los salarios deben ser pagados directamente a los trabajadores en la moneda corriente, por el monto total y por lo menos una vez por mes en una fecha determinada. Sin embargo, quedan exceptuados del pago del monto total las retenciones como los impuestos, las primas del seguro de trabajo, los aportes del seguro de salud, las cuotas de asociado según el convenio laboral, etc. (Artículo 24 de la Ley de Normas Laborales).

8 Salario mínimo. El empleador deberá pagar a sus empleados un sueldo superior al salario mínimo (Artículo 5 de la Ley de Salario Mínimo). Los salarios mínimos están determinados por cada prefectura, por cada región y por industria.

9 Horario de trabajo, días de descanso. El empleador no deberá hacer trabajar al empleado más de 8 horas diarias y 40 horas semanales (44 horas con respecto a una parte de los establecimientos de determinada escala y gremio) (Artículos 32 y 40 de la Ley de Normas Laborales). El empleador deberá otorgar a los trabajadores un descanso de por lo menos 1 día por semana y más de 4 días a través de 4 semanas (Artículo 35 de la Ley de Normas Laborales).

10 Salario adicional por horas extras, trabajo en días de descanso o trabajo nocturno. En el caso de que el empleador haga trabajar al empleado más horas que las establecidas legalmente (por norma 8 horas diarias y 40 horas semanales), o en días de descanso legales (1 día semanal o 4 días cada 4 semanas), se requiere un trámite determinado establecido por la Ley. (Artículo 36 de la Ley de Normas Laborales). Asimismo, las tareas excediendo las horas de trabajo legales, deberá pagarse un salario adicional calculado sobre la base de una tasa de más del 25% del monto calculado del salario de las horas de trabajo y día de trabajo normal y una

tasa de más del 35% con respecto a la labor de los días de descanso legales. Además, para las tareas nocturnas (desde las 22:00 horas hasta las 05:00 horas), deberá pagarse un salario adicional calculado con una tasa de más del 25% del monto calculado del salario de las horas de trabajo normales (Artículo 37 de la Ley de Normas Laborales).

11 Vacaciones anuales pagas. El empleador debe otorgar vacaciones anuales pagas a los trabajadores que hayan trabajado más de 6 meses continuos y hayan asistido más del 80% de los días laborales (La cantidad de días otorgados varían según los años de antigüedad, pero en el primer año es de 10 días.) (Artículo 39 de la Ley de Normas Laborales).

12 Devolución de dinero y artículos de valor. En el caso del retiro del trabajador y cuando fuera solicitado, el empleador deberá devolver dentro de los 7 días el dinero y los objetos de valor que pertenezcan al trabajador correspondiente (Asimismo, el empleador no debe retener el pasaporte ni el certificado de registro de extranjero). (Artículo 23 de la Ley de Normas Laborales).

13 Seguridad y sanidad. Para garantizar la seguridad y la sanidad de los trabajadores, el empleador debe tomar medidas para prevenir el peligro o las perturbaciones de la salud de los trabajadores a través de los cursos de educación sobre la seguridad y la sanidad (educación en el momento de la incorporación, etc.) o el cumplimiento del diagnóstico de la salud, etc. (Artículos 59 y 66 de la Ley de Seguridad y Sanidad Laboral).

II. ESTRUCTURAFINANCIERA

5.1 Plan de inversión

HERRAMIENTAS Y EQUIPOS DE TRABAJO	\$	285,000.00
CONSTITUCION DE LA COMPANIA	\$	55,000.00
CAMIONETA DE TRANSPORTE	\$	450,000.00
ACONDICIONAMIENTO LOCAL Y ALMACEN	\$	45,000.00
MOBILIARIO DE OFICINA	\$	225,000.00
SUMNISTROS DE OFICINA	\$	15,000.00
		\$ 1,075,000.00

5.2 Proyección de ventas por temporadas

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 1		MES 2		MES3		MES 4	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Asesorías y tutoriales	\$-1,500.00	125	\$-187,500	125	\$-187,500	125	\$-187,500	125	\$-187,500
Suplementos	\$-2,000	75	\$-150,000	75	\$-150,000	75	\$-150,000	75	\$-150,000
Totales	\$ 3,500	200	\$ 337,500	200	\$ 337,500	200	\$ 337,500	200	\$ 337,500
Total									\$ 1,350,000

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 5		MES 6		MES7		MES 8	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Asesorías y tutoriales	\$-1,500.00	110	\$-165,000	110	\$-165,000	110	\$-165,000	110	\$-165,000
Suplementos	\$-2,000	60	\$-120,000	60	\$-120,000	60	\$-120,000	60	\$-120,000
Totales	\$ 3,500	170	\$ 285,000	170	\$ 285,000	170	\$ 285,000	170	\$ 285,000
Total									\$ 1,140,000

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 9		MES 10		ME11		MES 12	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Asesorías y tutoriales	\$-1,500.00	125	\$-187,500	125	\$-187,500	125	\$-187,500	125	\$-187,500
Suplementos	\$-2,000	75	\$-150,000	75	\$-150,000	75	\$-150,000	75	\$-150,000
Totales	\$ 3,500	200	\$ 337,500	200	\$ 337,500	200	\$ 337,500	200	\$ 337,500
Total									\$ 1,350,000

5.3 Estado de flujos de efectivo proforma

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Dinero líquido disponible al inicio del Mes	-	10,424.95	20,849.90	31,274.85	41,699.79	52,124.74	62,549.69	72,974.64	83,399.59	93,824.54	104,249.48	114,674.43
Valor de las ventas de contado		256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67
Subtotal Entradas de efectivo en el Mes		267,091.62	277,516.56	287,941.51	298,366.46	308,791.41	319,216.36	329,641.31	340,066.25	350,491.20	360,916.15	371,341.10
Total ingreso bruto mensual	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67
Subtotal disponible ANTES de gastos	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67	256,666.67
Salidas de Efectivo	51,683.33	51,683.33	51,683.33	51,683.33	51,683.33	51,683.33	51,683.33	51,683.33	51,683.33	51,683.33	51,683.33	51,683.33
Pago de nómina	153,837.15	153,837.15	153,837.15	153,837.15	153,837.15	153,837.15	153,837.15	153,837.15	153,837.15	153,837.15	153,837.15	153,837.15
Pagos a proveedores	38,500.00	38,500.00	38,500.00	38,500.00	38,500.00	38,500.00	38,500.00	38,500.00	38,500.00	38,500.00	38,500.00	38,500.00
Pagos de obligaciones financieras con bancos, particulares o socios	2,221.24	2,221.24	2,221.24	2,221.24	2,221.24	2,221.24	2,221.24	2,221.24	2,221.24	2,221.24	2,221.24	2,221.24
Total Salidas de efectivo en el solo mes	246,241.72	246,241.72	246,241.72	246,241.72	246,241.72	246,241.72	246,241.72	246,241.72	246,241.72	246,241.72	246,241.72	246,241.72
Sobrante (o faltante) del solo mes	10,424.95	10,424.95	10,424.95	10,424.95	10,424.95	10,424.95	10,424.95	10,424.95	10,424.95	10,424.95	10,424.95	10,424.95
Dinero líquido disponible al final del Mes (en las cuentas bancarias, o en Cajas)	10,424.95	20,849.90	31,274.85	41,699.79	52,124.74	62,549.69	72,974.64	83,399.59	93,824.54	104,249.48	114,674.43	125,099.38

5.4 Estado de resultados proforma

ESTADO DE RESULTADOS					
(RD\$)					
	2020	2021	2022	2023	2024
INGRESOS					
Ventas netas	\$ 3,080,000.00	\$ 3,172,400.00	\$ 3,267,572.00	\$ 3,365,599.16	\$ 3,466,567.13
COSTOS	\$ 462,000.00	\$ 475,860.00	\$ 490,135.80	\$ 504,839.87	\$ 519,985.07
UTILIDAD BRUTA	\$ 2,618,000.00	\$ 2,696,540.00	\$ 2,777,436.20	\$ 2,860,759.29	\$ 2,946,582.06
GASTOS					
Generales y operativos	\$ 420,000.00	\$ 441,000.00	\$ 463,050.00	\$ 486,202.50	\$ 510,512.63
Financieros	\$ 26,654.82	\$ 27,987.56	\$ 29,386.94	\$ 30,856.29	\$ 32,399.10
Sueldos	\$ 1,846,045.80	\$ 1,846,045.80	\$ 1,846,045.80	\$ 1,846,045.80	\$ 1,846,045.80
TSS	\$ 169,400.00	\$ 177,870.00	\$ 186,763.50	\$ 196,101.68	\$ 205,906.76
Infotep	\$ 30,800.00	\$ 32,340.00	\$ 33,957.00	\$ 35,654.85	\$ 37,437.59
TOTAL GASTOS	\$ 2,492,900.62	\$ 2,525,243.36	\$ 2,559,203.24	\$ 2,594,861.11	\$ 2,632,301.88
UTILIDAD NETA	\$ 125,099.38	\$ 171,296.64	\$ 218,232.96	\$ 265,898.17	\$ 314,280.19

CONCLUSIONES

Luego de los datos presentados como base en este proyecto se llega a la conclusión de que es un emprendimiento altamente rentable y para el desarrollo de este plan integral de negocios es necesaria una continuidad con el plan de marketing para siempre estar un paso antes de la competencia con mejores servicios y disciplinas que permitan satisfacer a los clientes y evitar que se busquen otras alternativas.

Por medio de alianzas con empresas relacionadas al ejercicio físico y nutrición será posible tener más participación en el mercado y brindar más beneficios a los clientes. Siendo la mejor estrategia para este tipo de empresa Aprovechar las redes sociales, el cual es el medio de comunicación más utilizado por los clientes y el grupo objetivo, para dar a conocer promociones, descuentos o realizar o comunicaciones, además de nutrirse de los comentarios y sugerencias de los clientes.

BIBLIOGRAFÍAS

Libros

- Diéguez, L. (2007) Entrenamiento personal en programas de Fitness (Primera edición). España: Barcelona.
- Porter, M. E. (2010). Ventaja Competitiva: Creación y sostenibilidad de un rendimiento superior (Ediciones Pirámide). Madrid: Pirámide.

Fuentes electrónicas

- Andrade, S. (2012). Metodología Canvas, una forma de agregar valor a sus ideas de negocios. Chile. Innovación CI. Recuperado de <http://www.innovacion.cl/reportaje/metodologia-canvas-la-nueva-forma-de-agregar-valor/>
- Gómez, D. (2016). ¿Cómo está evolucionando el sector de los gimnasios?, Barcelona, España. La jugada financiera. Recuperado de <http://lajugadafinanciera.com/gimnasios-evolucion-sector/>
- López, M. (2016). Entrenamiento online: Ponte en forma sin salir de casa. España. Mundo training. Recuperado de <https://www.mundotraining.com/articulos/entrenaya/2015/01/entrenamiento-online-ponte-forma-salir-1512/>
- Bores, A. (2017). El entrenamiento con un entrenador personal online es eficaz. España. Runnea-Academy. Recuperado de <https://www.runnea.academy/blog/entrenamiento-entrenador-personal-online-eficaz-17/>
- De La Rosa, R. (2018). Los gimnasios tienden brazos a la salud de los dominicanos. República Dominicana. El Dinero. Recuperado de


<https://www.eldinero.com.do/53855/cadenas-de-gimnasios-tienden-un-brazo-a-la-salud-de-los-dominicanos/>


- López, P. (2019). Análisis de la evolución del sector del Fitness. España. Artículo WS Consulting. Recuperado de <https://www.wscconsulting.net/articulo/comoevolucionaunsector.pdf>
- Ariela Meléndez. (14 DE JUNIO DE 2015). La importancia de llevar un estilo de vida saludable. Septiembre 2020, de Hola.com Sitio web: <https://www.hola.com/belleza/2015061479342/hedonai-dietetica-importancia-vida-saludable/>
- Dra. Denisse Bretel M. (febrero 11, 2020). Descubre la importancia de llevar una vida saludable. Septiembre 2020, de OncoSalud Sitio web: <https://outlook.live.com/mail/0/inbox>
- Gabriela Rodríguez Bordas. (12 de septiembre de 2016). OPS/OMS Inaugura la Semana del Bienestar en la República Dominicana. Septiembre 2020, de OPS República Dominicana Sitio web: https://www.paho.org/dor/index.php?option=com_content&view=article&id=2250:inauguracion-semana-del-bienestar-republica-dominicana&Itemid=213

ANEXOS

CyberGym ▾

en

 Anuncios

 Notificaciones

... Más

Inicio

Servicios

Opiniones

Tienda

Ofertas

Fc



CyberGym

1 min • 



Me gusta



Comentar



Compartir

0 personas alcanzadas >

Promocionar publicación

CyberGym ▾

- en
- Anuncios
- Notificaciones
- Más

Inicio Servicios Opiniones Tienda Ofertas Fc



CyberGym

1 min · 🌐



Me gusta



Comentar




Compartir


0 personas alcanzadas >

Promocionar publicación

CyberGym ▾

en

 Anuncios

 Notificaciones

... Más

[Inicio](#)

[Servicios](#)

[Opiniones](#)

[Tienda](#)

[Ofertas](#)

[Fc](#)


[Ver todo >](#)



CyberGym

1 min · 



 Me gusta

 Comentar

 Compartir

0 personas alcanzadas >

[Promocionar publicación](#)



CyberGym

1 min · 



APÉNDICES

Cuestionario

1. ¿Cuál es su sexo?

- a) Masculino
- b) Femenino

2. ¿Cuál es su rango de edad?

- a) 18-25
- b) 26-32
- c) 33-40
- d) 40-46
- e) 47 o mas

3. ¿Realiza usted ejercicio?

- a) Si
- b) No

4. ¿Con que frecuencia realiza ejercicio?

- a) 1 vez a la semana
- b) veces a la semana
- c) veces a la semana

5. ¿Qué tipo de rutina prefiere

- a) En casa
- b) Aire libre
- c) Gimnasio

6. ¿Suele comprar vitaminas y suplementos en el gimnasio?

- a) Si
- b) No

7. ¿Ha hecho ejercicios con videos tutoriales?

- a) Si
- b) No

8. ¿Estaría interesado en recibir seguimiento de rutina virtual?

- a) Si
- b) No

9. ¿Cuál tipo de ejercicios realiza con más frecuencia?

- a) Cardiovasculares
- b) Aeróbicos
- c) Pesas
- d) tonificación

Instagram

<https://www.instagram.com/cybergymrd/?hl=es-la>

https://youtu.be/5831RmRBx_M

← **cybergymrd** ⋮



99

Publicacio...

17

Seguidores

1

Seguidos

CYBER GYM RD

Producto/servicio

"Un click para estar en Línea"

Horario: 5am-5pm/5pm-11pm

809-575-5689

Proyecto Final de Grado UAPA... más

Ver traducción

cybergymonline.com/

Av. Benito Juárez #72, santiago, R.D., Santiago,
Dominican Republic 51000

Seguir

Mensaje



Página Web

<https://cybergymrd.wordpress.com/>

<https://youtu.be/CRvvh01mlcw>



Un clic para estar en línea!!!

BIENVENIDOS

ACERCA DE

BLOG

OFERTAS DE TEMPORADA

OFERTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

CLIENTES SATISFECHOS

POLITICAS Y CONDICIONES

CONTACTOS

