



**INSTITUTO DE NEGOCIOS
"HUMANE"**

**"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024."**

TOMO I

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO EN OPCIÓN PARA
OBTENER EL TÍTULO DE TÉCNICO SUPERIOR EN VENTAS**

ALEX VLADIMIR MEZA CABEZAS

GUAYAQUIL - ECUADOR

2023



Repositorio nacional en ciencia y tecnología		
Ficha de registro de trabajo de titulación		
Título: “Plan de negocios para la creación de un gimnasio en la ciudad de santo domingo, a partir del año 2024.		
Autor: Alex Vladimir Meza Cabezas	Tutor: Ing. Carlos Pazmiño MBA	
Institución: Instituto de negocios “humane”	Facultad: Administración	
Carrera: Tecnicatura en ventas		
Fecha de publicación: 15 de agosto de 2023	Nº de pág: 138	
Área temática: logística, plan de marketing, plan de negocios, comercio		
Palabras clave: TIR, VAN, PAYBACK, WACC, pausas activas, activos, pasivos, patrimonio,		
Resumen: La presente propuesta de negocios tiene como objetivo formar alianzas con empresas locales para desarrollar actividades de movilidad con su personal		
Nº de registro: V-EC-09-09	Nº de clasificación: V-EC-09-09	
Dirección url (trabajo de titulación en la web):		
Adjunto pdf:	Si x	No
Contacto con autor/es:	Teléfono: 0986809445	E-mail: ameza@es.humane.edu.ec
Contacto en la institución:	Nombre: ing. Carlos Pazmiño castillo, mba	
	Teléfono: (04) 288 2710	
	Mail: cpazmino@humane.edu.ec	

Quito: av. Whympers e7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/1; y en la av. 9 de octubre 642 y Carrión edificio Prometeo, teléfonos 2569898/9. Fax: (593-2) 250-9054

Agradecimiento

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todos los docentes del Tecnológico por su dedicación, compromiso y pasión en la enseñanza. Su influencia ha sido fundamental en mi formación académica y personal, y ha dejado una huella indeleble en mi camino.

A cada profesor y profesora que compartió sus conocimientos conmigo, les agradezco por su paciencia y por desafiarme a superar mis propios límites. Sus enseñanzas han enriquecido mi mente y me han preparado para enfrentar los desafíos del futuro.

Gracias por ir más allá de las aulas, por brindar orientación y apoyo, y por inspirarme a buscar siempre la excelencia. Cada lección, cada consejo y cada momento compartido con ustedes ha sido invaluable.

Este logro no habría sido posible sin su guía y apoyo constante. Llevaré conmigo las lecciones aprendidas y los valores transmitidos, y espero honrar su dedicación siendo un ciudadano comprometido y contribuyendo positivamente a la sociedad.

Con gratitud sincera,

Vladimir Meza

Dedicatoria

A mis amados padres, quienes, con su amor incondicional, apoyo constante y ejemplo de esfuerzo y dedicación, han sido mi faro en este camino académico. Gracias por ser mi inspiración y por siempre creer en mí.

A mi querida novia, Andrea, compañera de sueños y aventuras, tu apoyo inquebrantable y aliento constante han sido mi motor para alcanzar este logro. Tu amor ha sido mi refugio en las horas de estudio y mi motivación en cada paso del camino.

A mi amado hijo, quien ha llenado mi vida de alegría y propósito, esta tesis está dedicada a ti. Eres mi razón más poderosa para superar obstáculos y perseverar. Que este trabajo sea un testimonio de mi amor por ti y un legado de esfuerzo y dedicación que puedas seguir.

Con profundo cariño y gratitud,

Vladimir Meza

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Certificación de autoría y cesión de derechos de autor

Santiago de Guayaquil, agosto de 2023

Yo, **Alex Vladimir Meza Cabezas** declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo me corresponde totalmente y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación que he realizado.

De la misma forma, cedo mi derecho de autor al instituto de negocios “humane”, según lo establecido por la ley de propiedad intelectual, por su reglamento y normatividad institucional vigente.

Alex Vladimir Meza Cabezas

C.I: 1724886096

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Certificación del tutor del trabajo de titulación

Santiago de Guayaquil, agosto de 2023

Certifico que el trabajo titulado “Plan de negocios para la creación de un gimnasio en la ciudad de santo domingo, a partir del año 2024.” Ha sido elaborado por **Alex Vladimir Meza Cabezas** bajo mi tutoría. El presente trabajo reúne los requisitos para ser defendido ante el jurado calificador designado por el instituto de negocios “humane”.

Ing. Carlos Pazmiño, MBA

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Resumen ejecutivo

La presente propuesta de negocios tiene como objetivo formar alianzas con empresas locales para desarrollar actividades de movilidad con su personal, con visitas cortas programadas de 30 minutos donde se realizarán pausas activas con el acompañamiento de personal capacitado en este tipo de actividades, lo cual ayudará a contrarrestar el nivel de estrés que se genera con las actividades diarias. Este tipo de actividades tiene un impacto positivo en la salud de los miembros de una empresa y fomenta un ambiente laboral saludable dentro de las empresas.

El VAN es una medida del valor presente de los flujos de efectivo futuros del proyecto, descontados a la tasa de descuento del 10%. Un VAN positivo de \$37,526.56 indica que el proyecto generará un valor neto positivo después de descontar los costos y beneficios futuros. Esto refuerza la idea de que el proyecto es financieramente viable y puede generar beneficios para los inversionistas. La TIR representa la tasa de rendimiento interna del proyecto y muestra que el proyecto genera un rendimiento del 43.47%. Como la TIR es mayor que la tasa de descuento (10%), esto indica que el proyecto es financieramente atractivo y rentable. Un rendimiento del 43.47% es considerado favorable y sugiere que el proyecto tiene un potencial significativo para generar beneficios para los inversores. El PAYBACK es el período de tiempo necesario para recuperar la inversión inicial a través de los flujos de efectivo generados por el proyecto. Un payback de 3 años indica que la inversión inicial se recuperará en ese período. Un payback de 3 años es considerado relativamente corto y sugiere que el proyecto tiene un rápido retorno de la inversión, lo cual es una señal positiva para los inversores

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Abstract

The worker who is in front of the computer for approximately seven continuous hours suffers serious visual discomfort, problems in his spine, back, hands, legs, head, etc., increasing fatigue as time goes by, this becomes permanent and does not allow the total development of the person, for which reason taking a break during the day is an effective way to recover energy and oxygenate the mind.

According to Vidal (2010), physical and mental fatigue is the decrease in the physical and mental capacity of an individual, after having done work for a certain period of time. Physical fatigue is used to define a series of situations whose final result is a decrease in the body's work capacity and resistance, while mental fatigue produces a decrease in attention levels, causes a significant decrease in motivation towards work.

The so-called active labor break originated in Poland in 1925. Its first name was pause gymnastics and it was intended for factory workers. Years later it emerged in the Netherlands and Russia, and in the early 1960s it moved to Bulgaria, Germany, Sweden and Belgium. During the 1960s, in Japan there was a consolidation and mandatory nature of the active break from work. 15 years ago, when large companies discovered that their workers complained more of work-related illnesses, occupational health professionals introduced the term of active breaks among their work personnel to reduce the number of cases of workers for various work-related illnesses in turn increase job performance.

The objective of this business proposal is to form alliances with local companies to develop mobility activities with their staff, with scheduled short visits of 30 minutes where active breaks will be carried out with the accompaniment of personnel trained in this type of activity, which will help counteract the level of stress that is generated by daily activities.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

On many occasions, companies, in order to comply with what is recommended by their occupational health and safety departments, carry out active breaks empirically, which, since it is not something programmed and supervised by someone who has experience, loses its objective, which is temporarily disconnect employees from their daily duties. When a company hires the mobile gym service, it guarantees that the activities to be carried out will have their respective planning, with a pleasant atmosphere and thus ensure that all staff are willing to participate in the activities.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

tabla de contenido

1	Introducción	1
1.1	Problema a investigar	4
1.2	Planteamiento del problema	4
1.2.1	Formulación del problema	5
1.2.2	Sistematización del problema	5
1.3	Objetivo	5
1.3.1	Objetivo general	5
1.3.2	Objetivos específicos.....	5
1.4	Justificación práctica.....	6
1.5	Marco referencial de la investigación.....	7
1.5.1	Marco teórico	7
1.5.2	Informar cuáles serían las consecuencias que conlleva no contar con un plan de pausas activas organizadas por gente capacitada.....	14

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

1.5.3	Determinar el impacto de realizar pausas activas durante la jornada laboral.....	22
1.5.4	Indicar las certificaciones que debería tener el personal para ofrecer estos servicios	32
1.5.5	Adecuar una rutina de pausas activas diseñadas para en los diferentes espacios de una empresa.....	35
	Marco conceptual.....	38
	Capítulo II: Diseño Del Plan Comercial	41
2	Plan de negocios	42
2.1	Descripción de la empresa	42
2.2	Descripción del proyecto	42
2.3	Visión.....	43
2.4	Misión	43
2.5	Valores	43
2.6	Objetivo general.....	44
2.7	Objetivos específicos.....	44

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

2.8	Modelo de canvas de plan de negocios-Go Fit Xpress.....	45
2.9	Propuesta de valor.....	46
2.10	Segmento de cliente.....	46
2.11	Canales de comunicación/distribución.....	46
2.12	Relación con el cliente.....	47
2.13	Fuentes de ingreso.....	47
2.14	Recursos clave.....	48
2.15	Actividades clave.....	48
2.16	Socios clave.....	48
2.17	Estructura de costos.....	49
2.18	Estrategia genérica.....	49
2.18.1	Ventajas competitivas.....	49
2.18.2	Personalización en los programas de entrenamiento.....	49
2.18.3	Seguimiento y monitoreo de la salud.....	50
2.18.4	Análisis de las fuerzas de porter.....	50

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

2.18.5 Poder de negociación de los clientes	52
2.18.6 Poder de negociación con los proveedores.....	52
2.18.7 Amenaza de nuevos competidores.....	52
2.18.8 Amenaza de productos y servicios sustitutos.....	52
2.18.9 Rivalidad entre los competidores existentes	53
2.19 FODA empresa Go Fit Xpress	54
2.20 Estrategia foda cruzado	55
2.20.1 Estrategias FODA	56
2.21 Análisis Pestel	58
2.22 Ponderación Licker	59
2.23 Estructura organizacional	61
2.24 Plan de marketing.....	61
2.24.1 Contexto general del mercado.....	61
2.24.2 Perfil del cliente	62
2.25 Marketing mix	63

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

2.25.1	Estrategia de producto	63
2.25.2	Estrategia de precio	64
2.25.3	Estrategia de distribución.....	65
2.25.4	Estrategia de promoción	66
2.25.5	Publicidad.....	66
2.25.6	Estrategia de personas	68
2.26	Estrategia de procesos	68
2.27	Estrategia de evidencia física	72
2.27.1	Imagen corporativa	72
2.28	Plan de acción	87
3	Capítulo III: Análisis financiero	87
3	Análisis financiero.....	88
3.1	Supuestos financieros	88
3.1.1	Salarios básicos unificado	88
3.1.2	Sueldos del área administrativa: primer año	89

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

3.1.3	Sueldos del área operativa: primer año.....	89
3.1.4	Comportamiento de la demanda	89
3.1.5	Demanda esperada anual (cantidad de productos/servicios que se esperan vender cada año)	90
3.2	Comportamiento de los gastos	90
3.3	Necesidades de inversión.....	91
3.4	Proyección de las ventas.....	92
3.5	Proyección de costos.....	93
3.6	Necesidades de préstamo	93
3.7	Proyección de flujo de caja.....	94
3.8	Proyección del estado de resultados	105
3.9	Proyección del balance general.....	107
3.10	Efectivo:.....	108
3.11	Ctas.doc. X pagar (cuentas por pagar):.....	108
3.12	Préstamo bancario:.....	108
3.13	Patrimonio:	108

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

3.14	Pasivos + patrimonio:	109
3.15	Indicadores económicos	109
3.15.1	Período de recuperación (payback period): calcula el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial a través de los flujos de caja generados por el proyecto.....	110
3.15.2	Valor actual neto (VAN): determina el valor actualizado de los flujos de caja futuros descontados a una tasa de interés para evaluar la rentabilidad del proyecto.	110
3.15.3	Tasa interna de retorno (TIR): calcula la tasa de rendimiento que iguala el valor presente de los flujos de caja del proyecto con la inversión inicial.	110
3.15.4	Tasa de retorno esperada (TIR) del 43.47%:.....	110
3.15.5	Valor actual neto (VAN) de \$37,526.56:.....	111
3.15.6	PAYBACK de 3 años:.....	111
3.15.7	WACC del 10%:.....	111
3.16	Punto de equilibrio	111
3.17	Ratios financieros	112

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

3.17.1 Razón corriente:	112
3.17.2 Capital de trabajo:	113
3.17.3 Rotación del activo total:	113
3.17.4 Endeudamiento:	113
3.17.5 Leverage total:	113
3.17.6 Cobertura pasivo financiero:	113
3.17.7 Cobertura gasto financiero:	114
3.17.8 Margen bruto, margen operativo y margen neto:.....	114
3.17.9 ROA y ROE:.....	114
4 Conclusiones	115
5 Recomendaciones	116
5.1 126	
6 Bibliografía	136

INDICE DE TABLAS

Tabla 1/ planteamiento del problema.....	4
--	---

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Tabla 2/canvas	45
Tabla 3 fuerza de michael porter	51
Tabla 4 resumen del análisis fODA.....	55
Tabla 5 / Pestel.....	58
Tabla 6 / Ponderación Licker.....	59
Tabla 7 / objetivo 1 del plan de acción	87
Tabla 8/ Objetivo 2 Del Plan De Acción	88
Tabla 9/ Objetivo 3 Del Plan De Acción	89
Tabla 10/ Objetivo 4 Del Plan De Acción	90
Tabla 11/ Objetivo 5 Del Plan De Acción	91
Tabla 12 Salarios Básicos Unificados	88
Tabla 13 Sueldo del área administrativa.....	89
Tabla 14 Sueldos del área operativa	89
Tabla 15 Comportamiento de la Demanda	89
Tabla 16 Demanda esperada anual	90

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Tabla 17 Comportamiento de los Gastos Operacionales	90
Tabla 18 Necesidades de inversión.....	91
Tabla 19 Distribucion del capital de trabajo	91
Tabla 20 Proyeccion de las Ventas	92
Tabla 21 proyección de Costos	93
Tabla 22 Necesidades de Prestamos	93
Tabla 23 Pago de crédito	94
Tabla 24 Proyección flujo de caja.....	104
Tabla 25Proyeccion estado de resultados	106
Tabla 26 Proyección Balance General.....	107
Tabla 27 Indicadores Económicos	110
Tabla 28 Punto de equilibrio.....	112
Tabla 29 Ratios Financieros	114

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1 ponderación de m. Porter.....	51
---	----

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Ilustración 2 organigrama	61
Ilustración 3 flujograma de contratación de personal.....	69
Ilustración 4 flujograma de atención a leads	71
Ilustración 5 evidencia física 1	73
Ilustración 5 evidencia física 2	73
Ilustración 5 evidencia física 3	74
Ilustración 5 evidencia física 4	74
Ilustración 5 evidencia física 5	75
Ilustración 5 evidencia física 6	75

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Supuestos Financieros	118
Anexo 2 Inversión En Activos.....	123
Anexo 3 Sueldos area administrativa.....	124
Anexo 4 Sueldos área Operativa.....	124
Anexo 5 Estimación de ventas Mensuales por Año	125
Anexo 6 Proyeccion de la Demanda.....	128
Alex Vladimir Meza Cabezas	XVI

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Anexo 7 Proyección de Gastos 131

Alex Vladimir Meza Cabezas

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

1 Introducción

El trabajador que está frente al computador aproximadamente durante siete horas continuas presenta con el tiempo deterioro de su salud física y mental las principales molestias son dolores de cabeza, daños visuales, estrés, dolores musculares, problemas de circulación, malas posturas, por esta razón hacer una pausa en medio de la jornada laboral es una alternativa de impacto positivo para contrarrestar los malestares de un trabajo.

Según Vidal (2010) la fatiga mental y física se experimenta a través de la disminución de la capacidad mental y física de una persona, después de pasar largas jornadas sin movimiento o momento de esparcimiento. Un individuo con fatiga física presenta problemas de salud en su cuerpo como articulaciones dolores en ciertas partes del cuerpo mientras que el desgaste mental afecta en un nivel más emocional, como cambios de humor y menor tolerancia a la frustración llevando al individuo a aislarse o presentar cuadros de ansiedad, provocando una disminución significativa de la motivación hacia el trabajo.

La expresión pausas activas la escuchamos por primera vez en Polonia (1925). Su primer nombre fue gimnasia de pausa y era destinada a los obreros de grandes fábricas. Después de varios años se llevó a cabo en Holanda y Rusia, y a comienzos de los años 60 se implementó también a Bulgaria, Alemania, Suecia y Bélgica. Durante la década de los 60, en Japón fue uno de los países donde se lo considero una práctica obligatoria dentro de las empresas. Hace aproximadamente dos décadas se adoptó el nombre de pausas activas, y se dedujo su importancia al evidenciar que la mayoría de las enfermedades que presentaban los individuos de una empresa eran relacionadas al trabajo. Su objetivo principal es mejorar el desempeño laboral a través de minutos de esparcimiento y desconexión de las largas rutinas de trabajo.

La presente propuesta de negocios tiene como objetivo formar alianzas con empresas locales para desarrollar actividades de movilidad con su personal, con

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

visitas cortas programadas de 30 minutos donde se realizarán pausas activas con el acompañamiento de personal capacitado en este tipo de actividades, lo cual ayudará a contrarrestar el nivel de estrés que se genera con las actividades diarias.

En muchas ocasiones las empresas con el fin de cumplir con lo recomendado por sus departamentos de seguridad y salud ocupacional realizan pausas activas de manera empírica, la cual al no ser algo programado y con supervisión de alguien que cuente con la experiencia pierde su objetivo que es desconectar por unos momentos a los empleados de sus funciones diarias. Cuando una empresa contrata el servicio de gimnasio móvil, garantiza que las actividades a realizarse tendrán su respectiva planificación, con un ambiente agradable y de esta manera conseguir que todo el personal esté dispuesto a participar en las actividades.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

CAPÍTULO I:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL

AÑO 2024

1.1 Problema a investigar

1.2 Planteamiento del problema

Tabla 1/ planteamiento del problema

Síntoma	Causa	Pronóstico	Control del pronóstico
S1. No ser un producto conocido	C1. Falta de publicidad	El desconocimiento de las pausas activas y sus beneficios y la falta de estrategias de publicidad y capacitación del personal conllevaría un bajo nivel de ventas y un posible cierre del negocio	Sería perfecto desarrollar un plan de negocios que permita la creación de una empresa que se dedique a dar el servicio de gimnasio móvil en las empresas.
S2. Poca aceptación del mercado	C2. Falta de conocimiento de este tipo de actividades.		
S3. Bajo nivel de ventas	C3. Falta de conocimiento de los beneficios de contar con este servicio		
S4. La empresa tiene un límite de clientes a los que puede atender	C4. Falta de personal capacitado disponible		
S5. No poder realizar todas las actividades que incluimos en el servicio	C5. Cada empresa tiene diferentes espacios de trabajo		

Nota. Elaborado por el autor

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

1.2.1 Formulación del problema

¿cuál sería el impacto de desarrollar una estrategia comercial para promocionar nuestros servicios?

1.2.2 Sistematización del problema

¿cómo se podría dar a conocer los servicios que la empresa ofrece?

¿cuáles serían las estrategias de publicidad adecuadas para promocionar este tipo de servicios?

¿cuáles son los beneficios de realizar pausas activas durante la jornada laboral?

¿cuál sería el personal capacitado para estas actividades?

¿cómo desarrollar las actividades en los diferentes espacios de una empresa?

1.3 Objetivo

1.3.1 Objetivo general

Determinar el impacto de desarrollar una estrategia comercial para promocionar nuestros servicios.

1.3.2 Objetivos específicos

- Desarrollar campañas de publicidad donde se dé a conocer los servicios que la empresa ofrece.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

- Informar cuáles serían las consecuencias de no contar con un plan de pausas activas organizadas por gente capacitada.
- Determinar el impacto de realizar pausas activas durante la jornada laboral.
- Indicar las certificaciones que debería tener el personal para ofrecer estos servicios.
- Adecuar una rutina de pausas activas diseñadas para en los diferentes espacios de una empresa.

1.4 Justificación práctica

Ser una empresa reconocida a nivel nacional por su innovación en el servicio de pausas activas y las ventajas que conlleva contar con personal capacitado para ejecutar actividades de esparcimiento, garantizando la disminución del estrés de los empleados y mejorando su productividad al contar con momentos de desconexión laboral.

Marcar un precedente para que las empresas vean la importancia de mantener la salud física y mental de sus colaboradores con la ayuda de nuestros programas adaptados para cada tipo de empresa y beneficiar a la comunidad debido a que está disminuyendo y previniendo enfermedades consecuentes al estrés laboral, además de generar en los empleados una experiencia agradable y un ambiente saludable laboral.

Extendernos en las ciudades grandes del país (Guayaquil, Quito, Cuenca, Manta) para poder implementar este servicio en las empresas que cuentan con un mayor volumen de empleados.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

1.5 Marco referencial de la investigación

1.5.1 Marco teórico

1.5.1.1 Desarrollar campañas de publicidad para dar a conocer los servicios que la empresa ofrece

1.5.1.2 Campaña publicitaria

Según Stanton, Etzel y Walker (2006, p.624) una campaña publicitaria consiste en todas las tareas que una empresa requiere para transformar un tema en un programa coordinado de publicidad con el objeto de lograr cierta meta para un producto o marca, sea este darse a conocer, incentivar ventas o de carácter informativo. La campaña comprende varios mensajes publicitarios que se presentan durante un periodo de tiempo utilizando diferentes medios de comunicación.

Según Belch y Belch (2005) define a la campaña publicitaria como un conjunto de actividades de comunicaciones de marketing interrelacionadas y coordinadas, con objetivo en común que aparece en distintos medios durante un periodo específico. Definir el tema de acuerdo con lo cual se va a crear la campaña es una parte muy importante en el proceso creativo, pues se define el tono de la publicidad de una manera más específica y otras formas de comunicación en el marketing. Al empezar una campaña se debe tener un tema sólido, ya que esto es lo que queremos transmitir en todas las actividades y campañas publicitarias.

El autor, Russel y Lane (2005, p.647) nos indica que una campaña se basa en desarrollar una investigación, estrategia, anuncios impresos y transmisiones de información en períodos importantes.

Por otro lado, el autor Kleppner y otros (2005) agrega que una campaña publicitaria conlleva la investigación y desarrollo de estrategias. Dentro de esta investigación se puede observar que los conceptos tienen similitud en

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

lo que refiere a una campaña publicitaria. Las investigadoras concuerdan con los autores Belch y Belch (2005) en su definición de campaña publicitaria ya que se define de una manera amplia y muy completa.

1.5.1.3 Estrategia de medios

Según el autor Arens (2000, p. 252) los objetivos de medios se traducen en las estrategias publicitarias en metas que pueden cumplir los medios, la trata de explicar cuál es la audiencia meta donde se comunicaran los mensajes. Basándose en los vehículos de medios el alcance, la frecuencia y la continuidad.

Belch y Belch (2005, p. 325) nos da el concepto de la estrategia de medios como el conjunto de decisiones relacionadas con la comunicación del mensaje proporcional a los prospectos o usuarios del producto o marca, los planes de acción específicos a seguir. Valiéndose del medio, el vehículo de medio, el alcance, la cobertura y la frecuencia.

Para finalizar, la estrategia de medios es el conjunto de decisiones relacionadas con el mensaje proporcional a los prospectos o usuarios del producto o marca y de los planes de acción específicos a seguir.

1.5.1.4 Plan de medios

En el plan de medios la empresa encuentra cuál sería el canal más conveniente para llevar su mensaje al público. En sentido estricto, el objetivo es encontrar el canal específico que permita al dueño del producto o servicio comunicar el mensaje de manera exitosa al mayor número de prospectos, y con el costo más bajo (Belch y Belch, 2005, p. 327).

1.5.1.5 Objetivos de medios

Como toda campaña de marketing y plan de publicidad debe tener en claro cuáles son los objetivos específicos que se van a cubrir con la

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

implementación de las campañas a desarrollar para poder llegar a cumplir los objetivos generales. Los objetivos de medios son metas del programa de medios y deben corresponder a los que sean alcanzables en la etapa de estrategias de medios como según nos indica el autor Arens.

1.5.1.6 Mezcla de medios

Según Kotler Armstrong (2004) un solo medio de comunicación con el público objetivo no es suficiente para garantizar los objetivos de las campañas, en la actualidad la mezcla de medios es constantemente cambiada ya que en la era de la tecnología los medios que se utilizan este mes en el siguiente puede dejar de tener el mismo impacto.

1.5.1.7 Conceptos básicos del marketing

Se define el marketing como «el proceso de planificación y ejecución del concepto, precio, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan objetivos individuales y colectivos» (ama, 1985). Se habla, por tanto, en términos eminentemente técnicos, pues se hace recaer el énfasis sobre las herramientas básicas susceptibles de ser aplicadas por los responsables de marketing.

Según Kotler (2004) marketing es la gestión de relaciones redituables con los clientes. La doble meta del marketing es atraer nuevos clientes mediante la promesa de un valor superior y conservar a los actuales mediante la entrega de satisfacción.

1.5.1.8 Procesos del marketing

El marketing en la actualidad no solo es publicar y vender, se trata de una conexión y creación de valor con los clientes, en si decimos que el proceso del marketing conlleva construir relaciones con los clientes.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Armstrong nos dice que todo inicia comprendiendo el mercado y las necesidades y los deseos de los clientes para poder diseñar una estrategia de marketing orientada a los clientes y desarrollar a su vez un programa que entregue un valor superior a los clientes para poder construir relaciones rentables y prolongadas con los clientes, como resultado de este proceso tenemos el captar valor de los clientes para generar utilidades, fidelización de clientes.

1.5.1.9 Objetivos de marketing

Los objetivos de mercado o también conocidos como objetivos de marketing consisten según Arens (2005, p. 213) en establecer los objetivos específicos del mercado y debe considerarse el dinero que se va a invertir en el marketing en la producción el mercado competitivo relacionándose estos con las necesidades de los mercados meta y con las metas de ventas, agrupándose en dos categorías objetivos generales satisfactorios de las necesidades y objetivos específicos de la meta de ventas.

Mientras Stanton y otros (2004, p. 673) se refiere a las metas del marketing deben guardar una relación estrecha con las metas y las estrategias de toda la compañía, de hecho, plantea que una estrategia de la empresa suele convertirse en una meta de marketing y cada objetivo de marketing debe recibir un grado de prioridad de acuerdo con su urgencia y su efecto potencial en esta área en la organización.

Fischer y espejo (2004, p.17) se enfoca en que los objetivos de mercadotecnia son dos: ganar mercado y generar riquezas, planteando que una organización puede tener muchos objetivos, pero si estos no se cumplen tarde o temprano se desvanecerá.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Se encontró cierta disyuntiva entre los tres autores antes mencionados, mientras Stanton y otros (2004) describen una estrecha relación con las metas de ventas y las estrategias de toda la organización estas son las que suelen convertirse en una meta de marketing. Fischer y espejo (2004) se enfoca en ganar mercados y generar riquezas, enfocándonos las investigadoras en Arens (2005) ya que establece objetivos específicos, toma en cuenta el dinero que se necesita para iniciar la producción tomando en cuenta la competencia del mercado y las necesidades que el mercado objetivo. En conclusión, en los objetivos de marketing se tienen dos categorías donde debe considerarse el capital que se va a invertir en marketing y otra en la meta de ventas.

1.5.1.10 Objetivos generales satisfactores de necesidades

Para Arens (2000, p. 213) cuando quieren sustituir la visión gerencial de la compañía como productora de bienes y servicios por la satisfacción de las necesidades del mercado, esto le permite formarse una perspectiva global de su negocio enfocándose en las necesidades del público que son cambiantes.

1.5.1.11 Objetivos específicos de la meta de ventas

Según Arens (2000, p.213) este autor los plantea como metas específicas, cuantitativas y realistas de marketing que deben cumplirse en un tiempo determinado y sólo con objetivos concretos que pueden los directivos medir la eficacia del marketing, estos pueden expresarse de varias formas por el volumen total de ventas, volumen de ventas del producto, segmento del mercado o tipo de cliente, la participación en el mercado, tasa de crecimiento del volumen de ventas y las utilidades brutas en total por la línea del producto.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

1.5.1.12 Estrategia creativa

Belch y Belch (2005, p. 288) la determina por lo que se dice o se comunica y una de las maneras es ejecutar las tácticas del mensaje y el tema central es la gran idea para la campaña publicitaria. Kotler y Armstrong (2008, p. 375) estos definen la estrategia creativa como estrategia de mensaje donde el primer paso consiste en decidir qué mensaje en general se comunicará a los consumidores, por ello desarrolla una estrategia eficaz del mensaje iniciando con la identificación de los beneficios para que puedan ser aprovechados como atractivos publicitarios, enfocándose también en un concepto creativo de gran fuerza la gran idea que le da vida a la estrategia del mensaje en una forma distinta y memorable. Según Arens (2000, p. 345) la estrategia publicitaria consta de cuatro elementos:

- Audiencia meta,
- Concepto del producto,
- Medios de comunicación
- Y mensaje publicitario.

Belch y Belch (2005) y Kotler y Armstrong (2008) tienen ideas similares ya que ambos se enfocan en el mensaje y la gran idea para la campaña publicitaria viéndolo mientras que Kirberg (2010) la define como un paso mental para la producción de ideas en el proceso creativo.

Las investigadoras fijan posición con Arens (2000, p. 345) ya que el equipo de una agencia y el cliente deben conocer y aceptar estos elementos de la estrategia publicitaria.

En conclusión, la estrategia creativa se traduce en mensajes, en una gran producción de ideas y finalmente en anuncios eficaces que llegan directamente al público meta

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

1.5.1.13 Marketing de contenidos

La creación de contenido excelente es una forma especial para que las empresas se conecten con su audiencia de consumidores.

La idea es lograr unos objetivos básicos. Por ejemplo, Silva Nuñez experta en marketing de contenidos recomienda:

Cree contenido que atraiga audiencias a su sitio web, blog o redes sociales. Haga que su contenido sea lo suficientemente atractivo como para convertir a estos visitantes en fieles seguidores de su marca. Convierte tu contenido en ventas de productos y eventualmente convierte a esos seguidores en clientes que consumen tus productos. Una vez que se conviertan en sus clientes, convierta cada venta que realice en una nueva venta. Esto se logra a través de contenidos de calidad que satisfagan las necesidades del cliente.

1.5.1.14 Caso de éxito Nivea

Aprovechando las propiedades saludables de sus productos, la marca farmacéutica realizó una campaña que pretendía llegar a un público muy difícil: los niños.

Las muñecas Nivea fueron una campaña que les reportó más de \$2 millones en ganancias y un crecimiento del mercado del 2 % en 2016.

Es un producto físico que utiliza tecnología y redes sociales como Facebook, Instagram y YouTube para enriquecer la experiencia del el producto y acercar a la comunidad. En este caso, se centraron en llamar la atención de los niños para animarlos a usar protector solar.

Crearon una pequeña muñeca que se pone roja con el sol y solo puede revivir aplicando protector solar Nivea. Aunque la estrategia era de

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

naturaleza más física, usaron Instagram para crear contenido que fuera rápido y fácil de consumir. También tienen presencia en Facebook y la usan para unir a la comunidad. En este caso, las preguntas de los padres se respondieron de forma interactiva.

Después de haber analizado la importancia de desarrollar y aplicar un plan de marketing como un conjunto de reglas y parámetros para la implementación de todo el proyecto y/o metas de ventas su éxito está en la integración de todos los recursos materiales y humanos en un sentido y propósito, se esfuerzan al máximo para lograr las metas establecidas. El plan de marketing se considera un elemento de gran importancia donde se ven reflejados los estudios previos donde se estudia las necesidades del mercado y distintos factores que pueden ayudar a determinar al público específico. En conclusión, un plan de marketing es necesario para que esta empresa que se dedica ofrecer el servicio de gimnasios móviles para empresas cuente con una guía para comprender la situación actual y poder predecir el desarrollo futuro del negocio; el plan siempre debe ser de carácter técnico y debe involucrar a todo el personal de la empresa para trabajar en conjunto y lograr las metas establecidas.

1.5.2 Informar cuáles serían las consecuencias que conlleva no contar con un plan de pausas activas organizadas por gente capacitada.

1.5.2.1 Enfermedades laborales

En consonancia con el marco estratégico de la UE en materia de salud y seguridad en el trabajo (2014-2020) una de las prioridades de la Eu-Osha es apoyar la prevención de las enfermedades relacionadas con el trabajo. Su finalidad va más allá de ayudar con a los miembros de una empresa. sino tambien evitar los costos que conllevan las enfermedades laborales para

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

una empresa o indemnizaciones por accidentes causados incluida la muerte.

Desde su implementación el número de accidentes laborales ha tenido una disminución del 25 % en los últimos 10 años. Sin embargo, solo en Europa suceden 200.000 muertes relacionadas a enfermedades laborales y a nivel mundial la cifra esta 2,4 millones de muertes aproximadamente cada año, de las que 200.000 ocurren en Europa.

La Eu-OSHA fue creada para proporcionar material de prevención y buscar técnicas adecuadas para evitar que estas cifras sigan aumentando cada año. Otra finalidad importante es aportar una mejor visión general de la de la carga profesional que se considera excesiva que es la que más desencadena este tipo de enfermedades.

1.5.2.2 Definición de estrés laboral

Aguilar (2015), refiriéndose a la comisión europea, describe el estrés laboral como una serie de reacciones a diferentes niveles (emocional, cognitivo, fisiológico y conductual), todas ellas relacionadas con factores nocivos en el trabajo, en la organización o en el trabajo. Ambiente. Con base en este concepto, el estrés laboral es visto como una interacción entre los empleados, el ambiente de trabajo y las relaciones de la empresa, lo que a menudo se confunde con el concepto de "burnout". Los problemas surgen cuando las personas no tienen los recursos para cumplir con estos comportamientos exigentes o sobrecargados para satisfacer las necesidades del negocio. Según fuentes (2004), "los efectos del estrés pueden ser positivos porque puede ser una forma de estimulación, pero la mayoría de las veces las consecuencias son negativas, es decir, riesgos para la salud, el trabajo y las relaciones con los demás". En la mayoría de los casos, el estrés laboral no se percibe como un incentivo porque no se valora el esfuerzo del empleado, al contrario, cuantas más funciones tiene

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

que realizar y estas funciones se realizan, más actividades se le asignan, porque el empleado demuestra eficiencia, pero cuando se extiende o se convierte en parte de la rutina diaria de la vida, pueden causar riesgos para la salud y crear comportamientos nocivos como: comer, beber y fumar en exceso para reducir la exuberancia emocional. Según (Napione, 2011), el estrés laboral es el segundo problema de salud más común en el lugar de trabajo, afectando al 28% de los empleados.

1.5.2.3 Estrés laboral

El autor Furegato (2012) cita a Hans Selye (1907-1982) como pionero en la investigación relacionada con el estrés. Gracias a él surgieron conceptos y conocimientos que revelaron los efectos del estrés en el cuerpo humano; sus observaciones también mostraron que varios organismos desarrollan respuestas fisiológicas a estímulos sensoriales o psicológicos que pueden afectar negativamente a una persona bajo estrés. En concreto, los mismos autores afirman que “hay tres fases del estrés: ansiedad, resistencia y agotamiento. Así, las personas afectadas por el estrés pueden necesitar ayuda en su entorno laboral o ayuda profesional” (Furegato, 2012). En la cita anterior, cabe señalar que un empleado puede pasar por una fase de ansiedad, pero no se puede establecer que se trate de una negativa forzada a trabajar, o al menos de una incapacidad para completar la jornada laboral de manera efectiva. Gran parte del desequilibrio laboral que experimentan la mayoría de los trabajadores durante sus carreras se debe a uno o más episodios de desinterés precisamente por la incapacidad de establecer límites para trabajar bajo presión. Es muy importante señalar que la permanencia en el ambiente de trabajo permite que los empleados se adapten a los cambios y al estrés que se pueda generar. Esta adaptación se llama resistencia, y es durante este tiempo que podemos hacer conexiones psicosociales. La fase de agotamiento ocurre cuando la

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

agresión se repite o continúa por mucho tiempo y cuando los recursos humanos para alcanzar el nivel de adaptación son bajos.

No es suficiente; hay una fase de agotamiento, que consiste en lo siguiente: da lugar a cambios tisulares y se produce una patología denominada enfermedad psicosomática.

1.5.2.4 Efectos del estrés laboral

Mejía (2018) como se describe (familia 2011), el estrés laboral puede causar diversas enfermedades, entre ellas: cardiovasculares, enfermedades respiratorias, gastrointestinales, cutáneas, musculares e incluso venéreas. Nivel se pueden observar cambios psicológicos como miedo, fobias, depresión, trastornos mentales de personalidad, toc y compulsiones y trastornos del sueño. Todos estos cambios pueden ir acompañados de deterioro cognitivo, por ejemplo, incapacidad para tomar decisiones, dificultad para concentrarse, olvidos frecuentes e irritabilidad.

Existen muchos factores que influyen en el estrés laboral de los trabajadores de una empresa, lo cual afecta al desempeño laboral y al estado emocional. Después del análisis realizado a toda la información de este documento, se concluye que el estrés laboral es uno de los riesgos psicosociales con mayor incidencia que actualmente atraviesan las empresas ecuatorianas y que sus efectos son visibles en los empleados que forman parte de cada una de las áreas de una entidad. De forma particular se ha concebido que la herramienta de salud ocupacional más efectiva para lograr la disminución del estrés laboral es la pausa activa, que prácticamente tiene su liderato bien marcado y establecido, que consiste en generar espacios de distracción donde debe haber un equilibrio entre los límites de trabajo y los descansos.

1.5.2.5 Enfermedades por el estrés laboral

El estrés en el trabajo es una reacción al estrés y las exigencias del trabajo. Según un estudio de la plataforma de consulta de telemedicina 1doc3, las

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

personas con alta presión laboral según suposición tienen poca movilidad, baja eficiencia laboral, es más frecuente el ausentismo, e incluso se pone en riesgo la integridad del trabajador y del equipo. Estar expuestos a situaciones que no podemos manejar es lo que ocasiona el estrés en los individuos. El estrés es parte del instinto de supervivencia del ser humano, el problema radica en que no todos están preparados en poder manejarlo y buscarle una solución a la situación que lo origina, esto es mencionado por Denise Kaltuma, directora del programa de bienestar empresarial, principalmente porque en el trabajo, las personas se enfrentan a situaciones estresantes. “es como si un león nos estuviera persiguiendo durante todo el día, y aquí es donde el estrés se hace presente cambiando nuestra manera de percibir la realidad, aumentando los niveles de ansiedad en el trabajo constantemente”, comenta la especialista. Esto empeora cuando los niveles de estrés se mantienen durante 8 horas diarias durante los 5 días de la semana, indica Jorge Mérida, socio creativo de la consultora ADN Wellbeing. Cuando el desempeño de un individuo comienza a disminuir, se debe a que los niveles de estrés son muy altos. Según la organización mundial de la salud (OMS), los resultados de altas cargas de estrés laboral se evidencian en enfermedades físicas como presión arterial alta, y enfermedades emocionales como irritabilidad, depresión, problemas de memoria e incluso conductas violentas.

1.5.2.6 Depresión

la depresión se asocia con burnout, estrés laboral crónico. Cuando esto les sucede a los empleados, no solo afecta su entorno personal, sino que también afecta negativamente su desempeño laboral. La depresión en una persona puede ser desencadenada por varios factores, entre ellos temas relacionados a su ambiente de trabajo son uno de los más frecuentes ya que es ahí donde las personas pasan gran parte de su día y de su vida.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

1.5.2.7 Presión arterial alta

La organización mundial de la salud (OMS) ha reconocido que el estrés tiene un impacto directo con enfermedades cardiovasculares. Las condiciones de trabajo desfavorables pueden provocar problemas de presión arterial debido a las alteraciones del sistema nervioso.

1.5.2.8 Cambios metabólicos

El estrés laboral cambia los hábitos de alimentación de las personas esto va de la mano con el cambio en el metabolismo, la ansiedad también es la causante de los malos hábitos alimenticios, este factor sumado a largas jornadas de trabajo y el sedentarismo generan el aumento de peso y problemas de salud.

1.5.2.9 Trastornos del sistema musculoesquelético

Los accidentes de trabajo cada vez son más frecuentes muchas veces se los asocia por falta de cuidado o por deficientes procesos de prevención, pero hay otros tipos de problemas físicos que no son ocasionados por accidentes como los problemas lumbares por altas horas en posturas rígidas, dolores en cuello o articulaciones, el estrés muchas veces causa insomnio haciendo que el cuerpo reaccione de manera negativa. Los expertos determinan que el conjunto de estas dolencias hace que el trabajador se sienta abrumado y sin motivación para realizar sus funciones diarias.

1.5.2.10 Alcoholismo

El alcohol puede ser un salvador para algunos trabajadores en situaciones crónicamente estresantes porque puede brindar un alivio temporal, pero el uso regular puede conducir a un nuevo problema, el alcoholismo. Es bien conocido que las actividades laborales que conllevan largas rutinas o actividades repetitivas generan insatisfacción laboral, las largas jornadas y el poco descanso pueden ser los detonantes para el uso de drogas o

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

alcohol para poder sobrellevar los altos niveles de estrés. Jorge Mérida enfatiza que los primeros efectos documentados del estrés fueron físicos. "el primer estudio que documentó que el estrés laboral causa enfermedades fue la enfermedad cardiovascular, como la presión arterial alta o un ataque al corazón. Más tarde se documentó que también causaba enfermedades musculoesqueléticas y, en un artículo posterior, también se demostró que también puede afectar la salud mental" él lo notó. El estrés, dice Jorge Mérida, es una reacción a las circunstancias cambiantes. Para alterar la situación, el cuerpo humano se encarga de producir hormonas cuyas funciones en cambiar la presión arterial. para oxigenar y llevar la sangre a los distintos músculos del cuerpo o al corazón para que empiece a latir más fuerte y llevar la sangre a el cerebro, porque así es como nos estamos preparando para la acción". Cuando se trabaja bajo estrés, a largo plazo puede conducir a niveles de presión arterial altos registrados con frecuencia, lo que lleva al desarrollo de hipertensión arterial. Cuando los leones trabajan Denise Kaltuma afirma que, si las personas sufren de dolor de garganta, acidez estomacal o presión arterial alta, es una señal de que el estrés está afectando el cuerpo. Estas condiciones están relacionadas con el estrés laboral, explican los expertos, cuando la excitación y la vigilancia se asocian con el trabajo no realizado o la interferencia del trabajo en la vida personal. Esto es cuando el león está en el trabajo. "estresarse adecuadamente durante un cierto período de tiempo puede aumentar la productividad en el trabajo, pero si la reacción al estrés es constante y no encontramos un lugar para descansar, entonces el trabajo afecta nuestra salud. Esto es importante porque así compensamos el estrés con una reacción adecuada que le indique a nuestro cuerpo que podemos relajarnos, el león se fue", dice el experto. Jorge Mérida acepta descansar, tiempo y espacio para sobrellevar el estrés en el trabajo. Sin embargo, también cree que el estrés debe estar relacionado no solo con la salud

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

mental, sino también con la salud física. “tenemos que entender que el estrés es una reacción de todo nuestro organismo. Por eso, es muy importante que los centros de trabajo dispongan de un programa para el reconocimiento del estrés o, en su defecto, para descubrir qué provoca el estrés”, apunta el experto. Los expertos de 1doc3 indican que en la mayoría de los casos el camino es horario. Siguen estresados porque los empleados no tienen manera de deshacerse del estrés. En otras palabras, no hay tiempo ni medios para recuperarse.

1.5.2.11 Caso de éxito talentlab

La empresa talentlab levantó datos después de estudios a diferentes empresas donde el personal manifestaba sentirse agotados física y mentalmente, después de realizarle encuestas al personal se detectó que el 75% del personal sufre de estrés laboral, para fines de estudio a cada empresa le presentaron actividades de pausas activas programadas por un mes, al finalizar el periodo de prueba se obtuvieron los siguientes resultados.

- Los índices de calidad de vida aumentaron de 52 a 86%.
- La medición del interés del jefe por la entrega de resultados –por encima del tiempo de estancia en la oficina– pasó de 51 a 85%.
- La productividad de las juntas pasó de 54 a 92%, mientras que la percepción de que su número y frecuencia eran adecuados mejoró sustancialmente, al moverse de 49 a 86%.
- El porcentaje de colaboradores que señalaron tener tiempo suficiente para terminar el trabajo en el horario laboral creció de 54 a 80%.
- La percepción favorable del departamento de rh aumentó en un 10%.
- Durante el periodo hubo cero rotaciones, así como mayores ingresos y mayor convivencia familiar.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Son muchos los factores que inciden en el estrés laboral de los empleados de la empresa, lo que a su vez incide en el desempeño laboral y el estado emocional. Analizando toda la información contenida en este documento, se concluye que el estrés laboral es uno de los riesgos psicosociales de mayor incidencia en las empresas ecuatorianas en la actualidad, cuyas consecuencias son evidentes para los trabajadores de cualquier empresa. En particular, se cree que la pausa activa es la herramienta de salud ocupacional más eficaz para reducir el estrés en el trabajo, y su gestión está bien definida y establecida, incluidos los espacios que crean distracciones para equilibrar las limitaciones e interrupciones del trabajo.

1.5.3 Determinar el impacto de realizar pausas activas durante la jornada laboral

1.5.3.1 Pausas activas para las empresas

Las preocupaciones actuales de la empresa incluyen la definición de estrategias y el desarrollo de programas que promuevan las prácticas de gestión y la eficiencia, la salud, la seguridad y la protección del medio ambiente, abordando temas como la capacitación y la responsabilidad social en la búsqueda de beneficios y proyectos orientados al bienestar de los empleados para mejorar su competitividad y productividad.

Los trabajadores y empleados de las empresas japonesas siguen un programa de ejercicios físicos antes y durante la jornada laboral, tratando así de controlar el equilibrio de las sensaciones físicas y mentales, despejando la energía negativa generada durante la jornada. Vida. Por lo tanto, cada vez más representantes comerciales de hoy han entendido la importancia de la pausa activa.

Proporcione a sus empleados una sensación de bienestar usando estas actividades antes o durante su jornada laboral con el objetivo de lograr una desconexión momentánea de las responsabilidades del trabajador.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Dado que las pausas activas en el trabajo son un puente entre la vida sedentaria y la activa, ayudan a mejorar la movilidad y el estiramiento con la flexibilidad muscular, así que practícalas individualmente o en grupo durante 5 a 10 minutos en tu lugar de trabajo. Países como Chile, Colombia o Brasil, que utilizan programas de pausa activa en sus empresas como parte de la jornada laboral de los trabajadores, están tratando de cambiar el comportamiento de sus compañeros para promover una cultura del bienestar. En la última década, se ha evidenciado que las pausas activas generan varios beneficios a los empleados, como una mayor interacción, bienestar y mejor capital mental.

Finalmente, se puede concluir que la pausa activa aumenta el nivel de actividad física de los usuarios, logra un desempeño diferenciado y posterior a la intervención y determina las condiciones de desempeño antes mencionadas en la unidad de trabajo.

Esta práctica actualmente también se utiliza en nuestro país, y el 1 de febrero de 2014, el instituto ecuatoriano de seguridad social - iess firmó un convenio con el ministerio de relaciones laborales, mrl, para implementar un nuevo "sistema nacional de gestión preventiva de riesgos laborales" que permitirá a las empresas públicas y privadas regular la seguridad y salud en el trabajo, registro oficial núm. Regla 196, bajo el mandato constitucional de brindar un ambiente de trabajo seguro y saludable en el marco del esquema nacional del buen vivir. Según el inciso 326, el artículo 5 de la constitución de la república del ecuador establece como principio del derecho al trabajo: "toda persona tiene derecho al trabajo en un medio ambiente adecuado y favorable que garantice su salud, integridad, seguridad, saneamiento y bienestar. -ser." para ello, el sistema nacional de prevención y gestión de riesgos de salud ocupacional (SGP) controla la seguridad y ambiente de trabajo "modelo ecuatoriano". En esta herramienta se auto auditan la gestión administrativa, la gestión técnica, la gestión del

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

talento y los programas y procedimientos operativos básicos en el marco de la normativa del sistema de auditoría de riesgos laborales (SART).

En materia de riesgos de trabajo, la acción preventiva se fundamenta en varios principios. Uno de ellos, la eliminación y control de riesgos en su origen y, la planificación para la prevención integrando la técnica, la organización del trabajo, las relaciones sociales y la influencia de los factores laborales. (resolución cd. IESS. 390).

Basado en la normativa vigente, la promoción de la salud laboral y entornos saludables es indispensable en todas las organizaciones; las medidas a adoptarse permitirán mejorar la calidad de vida de los trabajadores, disminuir los accidentes y enfermedades profesionales de origen ocupacional y, por consiguiente, reducir el ausentismo y aumentar la productividad.

Con la implementación de estrategias de prevención en riesgos de trabajo se obtendrá como resultados ambientes laborales saludables, desarrollando una cultura de autocuidado en los trabajadores, reflejado en la mejora del clima laboral y la productividad de la organización.

1.5.3.2 Origen de las pausas activas

Las pausas activas o gimnasia laboral nacen en Polonia en el año de 1925 conocida inicialmente como gimnasia de pausa, en donde los obreros de las grandes fábricas industriales hacían uso frecuente de esta actividad. En el año de 1928 se la utiliza en japon después de la segunda guerra mundial con los funcionarios del correo con el propósito de su desconcentración y consolidación de la salud, al evidenciar los resultados la misma fue difundida por todo el país, creándose una ley obligatoria a las empresas promoviendo la gimnasia laboral.

En el año 1989, la gimnasia laboral o pausa activa fue adoptada en los estados unidos, de acuerdo a los artículos publicados por la revista Confef

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

2004 y lima, m. 2007, las primeras manifestaciones- en Latinoamérica de actividad física y tiempo de esparcimiento para los funcionarios de empresas se registró en el año 1901 en la fábrica de tejidos Bangu en rio de janeiro, Brasil. El mismo artículo publicado indica que en el año de 1974 en los muelles de Ishikawajima de Brasil fue implantada la gimnasia al inicio de la jornada laboral y la gimnasia compensatoria durante las pausas de trabajo, involucrando a 4.300 trabajadores, su objetivo fue la seguridad en el trabajo incidiendo en el desarrollo de los recursos humanos.

En los años 80, como resultado de estas prácticas las empresas empiezan a demostrar su interés por el bienestar de su fuerza laboral, tanto las multinacionales, como pequeñas empresas. En los años 90, su reconocimiento fue mayor, debido a las lesiones de esfuerzo repetitivo / dolencias (trastornos) osteomusculares relacionadas con el trabajo (ler/dort) iniciada por reconocimiento oficial de la dolencia conocida como enfermedad de los digitadores (mecnógrafos) y con las prácticas de calidad total adoptadas en innumerables empresas.

Es en esta época que las pausas activas o gimnasio laboral ha sido utilizada con diversas finalidades, como prevención de dolencias ocupacionales por poca movilidad, la disminución de los accidentes de trabajo, al aumento de la productividad y la mejora del bienestar general de los trabajadores de las empresas, ganado su reconocimiento e importancia en las conferencias de prevención de riesgos de trabajo según la confef.

Las pausas activas es una de las herramientas utilizadas en los últimos años para activar a los empleados y está siendo implementada cada vez con más importancia en distintas empresas ya que la competencia de mercado de trabajo, el avance tecnológico permanente y la presión laboral terminan cargando mental y físicamente al personal y, dando como resultado, el estrés y las enfermedades laborales.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

1.5.3.3 Beneficios de las pausas activas

De acuerdo a la revista empresarial y laboral (2019) nos indica que: Algunos de los beneficios de las pausas activas incluyen: mejora del rendimiento físico y mental de los empleados, reduciendo así el riesgo de enfermedades profesionales, y mejora de las condiciones interpersonales de trabajo. A continuación, se detallan los diversos beneficios:

Beneficios	Descripción
Fisiológicos	<ul style="list-style-type: none">- Mejora de la movilidad articular y flexibilidad muscular.- Aumenta la circulación, saturando músculos y tendones, lo que también reduce la acumulación de ácido láctico en músculos y tendones.- Esfuerzos del trabajo diario.
Psicológicos	<ul style="list-style-type: none">- Aumento notable de la concentración en las tareas.- Mejora la autoestima y estimula la creatividad.
Sociales	<ul style="list-style-type: none">- Mejora la interacción entre compañeros.- Fortalece el sentido de pertenencia y solidifica la integración grupal.- Promueve el surgimiento de nuevos líderes.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Organizacionales	<ul style="list-style-type: none">- Optimiza la adaptación al puesto laboral, el rendimiento y ayuda mayor productividad.- La concientización entre los colegas organizacionales y los gerentes sobre la importancia de la salud física y mental puede reducir el número de consultas médicas por enfermedades, accidentes y lesiones; entre otras cosas, se reducen los costos.- Cambio de personal.
------------------	---

Según Díaz, Mardones, mena, rebolledo y castillo (2011), indica que; La actividad física regular se asocia con beneficios físicos y mentales, también señaló, “la investigación realizada por Russell r quien aprueba al menos 30 minutos al día de actividad física que no tiene que ser vigorosa para dar beneficios para la salud” (Díaz et al., 2011)

Por lo tanto, la actividad se considera suficiente una rutina de 30 minutos de ejercicio moderado todos los días de la semana, estas recomendaciones son aplicables en el lugar de trabajo y no necesitas cambiarte de ropa, porque se refiere a la acción en la vida día laborable; actividad física moderada pero regular, subir escaleras, caminar, andar en bicicleta rápido y hacerlo parte de su rutina diaria, puede reducir estrés, reduce la depresión y la ansiedad, aumenta la autoestima y mejora una mente clara. (Díaz et al., 2011). Esta actividad no requiere preparación previa de ropa, ubicación se hará una pausa activa; el ejercicio implementado puede ser en la vida cotidiana, pero con el objetivo de crear un espacio donde las personas puedan descansar y relajarse y continuar efectivamente nuestro trabajo.

1.5.3.4 Beneficios para las empresas

En las pausas activas se realizan ejercicios, los cuales tienen por objetivo mejorar la movilidad, tonificar los músculos y realizar estiramientos desde

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

un nivel básico hasta un nivel promedio. De acuerdo con el ministerio de salud pública de EE. UU. (Promoting Physical Activity: a guide for Community Action. U.S. Department of Health and human Services) el beneficio de las pausas activas se relaciona directamente con la cantidad de tiempo dedicado a la actividad (a mayor cantidad de tiempo, se obtienen mayores beneficios) y son:

- Mejora la percepción de la empresa
- Mejor relacionamiento con la comunidad
- Mejora el desempeño en el trabajo
- Mejora en el estado de ánimo de los empleados
- Mejora los resultados de producción
- Disminución de valores en reprocesos
- Optimización de los tiempos en la jornada laboral
- Bajo índice de accidentes laborales
- Mejora de relaciones interpersonales

Caso de éxito aplicación en las empresas

En la revista de investigación en ciencias de la administración enfoques, vol. 2, núm. 7, pp. 175-186 se detallaron los resultados de la aplicación de pausas activas a una muestra de 21 trabajadores del área administrativa. Como resultado se recogió una alternativa para aumentar el desempeño laboral, disminuir dolencias físicas, estrés, desórdenes emocionales y riesgos laborales asociados a la actividad diaria.

El cansancio afecta el desempeño laboral

Un 38% de los miembros de una organización confirman que el cansancio es el responsable de afectar su desempeño en las horas laborales, el 15% es indiferente con relación a este tema, el 10% no relacionan el cansancio con el desempeño. Se puede concluir que en su mayoría el número de encuestados comparten la opinión que el desempeño esta altamente ligado a los niveles de cansancio manejados diariamente. Las personas cansadas

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

o con altos índices de estrés laboral presentan más dificultad para alcanzar altos estándares de desempeño dentro de sus funciones diarias, provocando que la organización tampoco llegue a sus objetivos planteados y puede llegar a un estancamiento de su desarrollo.

1.5.3.5 Las pausas en el trabajo permiten reducir la tensión muscular

El 90% de los encuestados está de acuerdo que al realizar pausas activas recurrentes sus músculos se estiran y se sienten físicamente mejor, un 5% no cree que influya las pausas activas con el bienestar muscular y 5% totalmente desacuerdo. Como resultado la mayoría de los encuestados concuerdan en que las pausas activas frecuentes dentro de su jornada de trabajo evitan contracturas musculares y los hace sentir más activos, sin embargo, aún hay parte de los trabajadores que no asocian los dolores musculares a estar varias horas del día sentados tras un escritorio realizando una actividad de oficina.

1.5.3.6 Beneficios de tomar un buen descanso

Un 62% de los trabajadores encuestados concuerdan que han sentido en carne propia los beneficios de un buen descanso antes de su jornada de trabajo e indican que cuando se realizan actividades de larga duración también lo creen necesario para evitar las lesiones osteomusculares y un 38% considera estar de acuerdo. Las lesiones osteomusculares son un conjunto de lesiones inflamatorias o degenerativas de los músculos, tendones, articulaciones, ligamentos y nervios, que generalmente se localizan en la zona del cuello, espalda, hombros, codos, muñeca y manos. En este caso todos los trabajadores están consientes en que el descanso es sumamente importante aunque algunos no lo logran hacer por sus jornadas largas y actividades fuera del trabajo.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

1.5.3.7 Las pausas activas ayudan a corregir las posturas incorrectas degenerativas en el trabajo

Según la población encuestada un 52% de los miembros de una empresa concuerdan que las pausas activas les ayudan a tener mejor postura ya que el cuerpo se siente nuevamente activo un 43% afirma estar de acuerdo que el movimiento constante ayuda a mejorar las posturas y solo un 5% ni de acuerdo, ni en desacuerdo. En este punto vemos el alto conocimiento de los empleados sobre las pausas activas reconociendo su importancia, las pausas activas son de gran importancia para dejar de un lado el sedentarismo en el trabajo que por falta de movilidad hace adoptar a los empleados posturas incorrectas por varias horas que provocan dolores a nivel cervical y lumbar, afectando de igual manera el sistema circulatorio y óseo, afectando el desempeño laboral.

1.5.3.8 Descanso dentro de la jornada laboral

Como resultado de la encuesta realizada un 57% confirma que es altamente necesario un descanso dentro de sus actividades ya que necesitan desconectarse por minutos de las pantallas o de posturas incómodas, un 38% de acuerdo con que en este tiempo necesitan hacer actividades de estiramiento 5% indica que no les afecta trabajar sin realizar pausas activas. Las pausas activas son pequeños espacios durante la jornada laboral que nos ayudan a desconectar la mente de temas laborales disminuyendo así el estrés acumulado, este breve descanso estimula al cuerpo a reponer las energías tanto físicas como mentales, es por esto su importancia dentro de los largos horarios de trabajo, después de estas pausas es más ameno volver a las actividades de trabajo.

1.5.3.9 Manejos de las emociones mientras se esta en la jornada laboral

Como resultado a esta interrogante tenemos que el 49% está de acuerdo que el estrés laboral puede expresarse a través de las emociones, el 41%

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

expresa que su estado de ánimo depende de la carga laboral que tengan en ese momento, solo un 10% cree que no debe influir en sus emociones temas laborales. El estrés es el principal causante de cambios de humor dentro del trabajo ocasionando roces entre colaboradores y un ambiente hostil, las pausas activas al proporcionar estos momentos de distracción ayudan a mantener ambientes más amenos y amigables, haciendo que los colaboradores se sientan en paz al estar trabajando diariamente en una empresa.

1.5.3.10 Las pausas activas mejoran el desempeño a través de hábitos de esparcimiento dentro de la jornada laboral

Del total de encuestados un 57% concuerda en que las pausas activas mejoran el desempeño en la jornada diaria y un 43% dice estar de acuerdo con que se puede mejorar la productividad si las pausas activas son dirigidas por alguien con experiencia que les aporte un sentido profesional. Después de realizar una pausa activa el trabajador experimenta tener más energía física y mental para seguir desarrollando sus actividades, puede volver a conectarse con sus objetivos y cambiar de ánimo favorablemente haciendo de su espacio de trabajo un lugar más ameno, de aquí nace el interés de las empresas a incentivar estas actividades por el bien de sus empleados y en consecuencia por mejorar el rendimiento en sus actividades asignadas.

Como resultado de este estudio podemos concluir que las pausas activas incrementan el nivel de actividad física de los usuarios, logra un desempeño diferenciado antes y después de la intervención, y lo más importante a considerar es que las empresas al contar con estos servicios fomentan un ambiente más sano donde se preocupan por la salud mental y física de sus colaboradores haciendo que estos se sientan valorados como parte importante de la empresa dando como resultado un personal altamente comprometido con las metas de la organización.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

1.5.4 Indicar las certificaciones que debería tener el personal para ofrecer estos servicios

1.5.4.1 Coaching

Coaching es un término amplio que se ha vuelto popular en estos días. Desde negocios hasta deportes, desde entrenadores personales hasta entrenadores de relaciones, casi todas las industrias y empresas tienen un rol de entrenador.

Según la universidad europea, un coach, en inglés "trainer", es un profesional que se desempeña como formador. Su propósito es inspirarte y sacar tu mejor potencial en el ámbito personal, profesional o emocional. Te llevará a un nivel de rendimiento que, por la razón que sea, no puedes alcanzar por tu cuenta.

1.5.4.2 Tipos de coaching

Como comentábamos anteriormente, en la actualidad existen muchos tipos de formadores o coaches en diferentes campos, cada uno con un perfil diferente. A continuación, explicaremos algo de lo que hace el coaching y lo que puede aprender para ingresar al campo.

1.5.4.3 Coaching deportivo

Los entrenadores de atletismo son responsables de entrenar y entrenar a los atletas para que puedan rendir al máximo. Un entrenador desarrolla un programa con el objetivo de mejorar el rendimiento de un deportista, ya sea de élite o amateur. Mientras que el entrenador de fuerza y acondicionamiento se enfoca en la condición física del atleta, el preparador físico también está involucrado en la parte motivacional, que es clave para ayudar a los atletas a superar sus desafíos. Si estás interesado en trabajar como entrenador deportivo, deberías considerar obtener una maestría en entrenamiento deportivo en una universidad europea.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

1.5.4.4 Coaching educativo

En el centro de educación, los entrenadores tienen tres tipos diferentes de clientes: administradores, maestros y estudiantes. Así que es una actitud muy diferente porque todos tienen objetivos muy diferentes. A través de la tutoría, los entrenadores educativos a menudo trabajan en habilidades de liderazgo. Para los docentes, el mayor desafío es mejorar habilidades como la comunicación, el trabajo en equipo y la empatía. Finalmente, para los estudiantes, los entrenadores educativos a menudo recurren a la inteligencia emocional para mejorar el aprendizaje, el trabajo en equipo y la resolución de conflictos.

1.5.4.5 Coach personal

Los entrenadores personales, también conocidos como entrenadores de vida, están llamados a ayudar a sus clientes a desarrollar y practicar las habilidades que necesitan en la vida cotidiana: confianza, comunicación, organización y más. Para trabajar como entrenador personal con un máster en psicología del coaching, conocerás las herramientas de intervención avanzada en coaching, así como las disciplinas involucradas, y aprenderás las habilidades específicas que necesitas aprender en coaching.

1.5.4.6 Coaching empresarial

En el mundo del coaching, esta industria es la más conocida. El coaching empresarial es para todo tipo de colaboradores, departamentos y equipos de una empresa. El objetivo es resolver problemas recurrentes dentro del sitio donde se desempeñan las actividades, mejorando los tiempos y el trabajo en equipo, así mismo como la satisfacción del cliente.

1.5.4.7 Coaching en las empresas

Tanto individual como colectivamente, los entrenadores de negocios dejan su huella en muchos niveles diferentes de la organización. Un buen

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

entrenador que sabe cómo guiar a un aprendiz lo ayudará a ganar confianza en sí mismo haciéndole las siguientes preguntas:

- Su definición de éxito.
- Sus esperanzas para el futuro.
- Tu propósito se trata del cambio que quieres hacer para mejorar el mundo y los demás
- Las oportunidades de transformación personal que ahora ofrecen las organizaciones a quienes quieren aprovecharlas.

1.5.4.8 Caso de éxito

Josman soluciones técnicas es una empresa especializada en diseño, fabricación y mantenimiento de componentes mecánicos para la industria. Se caracteriza por la fabricación de productos de alta calidad, un conocimiento de las últimas novedades del mercado y por ofrecer un servicio excelente.

Josman venía de una situación post pandemia y de diferentes crisis que habían frenado el crecimiento del negocio. Los números no eran alarmantes, pero decidieron anticiparse para mejorar su gestión ya que una nueva crisis o una fluctuación del mercado, esto generó más carga operativa y menos tiempo de esparcimiento comenzó el ausentismo debido a enfermedades relacionadas al estrés. A través de un programa de coaching empresarial que incluye actividades de pausas activas y momentos de esparcimiento, se empezaron a abordar a estos tres niveles (comercial, operativo y financiero) los problemas más inmediatos que tenían un retorno más rápido para seguir posteriormente con aquellas líneas de mejora que tenían un retorno y un beneficio más a largo plazo. Josman ha retomado la senda del crecimiento a través de un proceso de

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

transformación y mejora continua en el que toda la compañía se ha involucrado con ilusión y energía. Las herramientas aportadas por el programa de coaching empresarial han ayudado a Josman a conseguir que las dificultades no se conviertan en problemas gracias a una mayor capacidad de anticipación y proactividad. En palabras de Germán Moreno – cid, gerente de la empresa, “hay un antes y un después de conocer el programa de coaching empresarial de Lortu”.

En conclusión, el coaching se ha convertido en una necesidad estratégica para las empresas por esta razón el personal de la empresa de pausas activas tendrá que estar certificado como coach por la ICF (International Coaching Federation).

La empresa está comprometida con la creación de resultados sin precedentes, ya que cada vez las empresas se comprometen con la salud de sus empleados. Las organizaciones necesitan personas capacitadas que piensen de forma independiente y asuman la responsabilidad de involucrar a todo el equipo de trabajo de las diferentes áreas. Contar con un equipo profesional ayudará a las empresas a medir el desempeño y tener una retroalimentación de las cosas que están pasando internamente en el equipo de trabajo y al tener a su disposición profesionales tendrán una asesoría de cómo solucionar los inconvenientes. Las pausas activas impartidas por coaching benefician a la empresa, socios comerciales y empleados, dándole a los directivos herramientas para motivar y manejar grupos de trabajo.

1.5.5 Adecuar una rutina de pausas activas diseñadas para en los diferentes espacios de una empresa.

1.5.5.1 Rutina de pausas activas

Como empresa, necesitamos adaptar nuestros procedimientos de descanso activo a las diferentes vacantes, por lo que cuando aceptamos

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

una oferta, identificamos las áreas donde hay descansos para que podamos adaptar el procedimiento a cada situación.

“el descanso activo o ejercicio laboral compensatorio consiste en una breve rutina de ejercicios específicos y sencillos realizados en el mismo lugar de trabajo. Estas tareas toman alrededor de 15 minutos y no requieren mucha fuerza física. Son básicos y funcionales e incluyen ejercicios para grupos musculares, movilidad articular, estiramiento y relajación”, explica A Infobae Karen Stefanía Aguirre García, técnica avanzada, terapia de movimiento y entrenadora personal. Para Analia Almada, psicóloga clínica y evaluadora especializada en trastornos psicosomáticos, la cultura del bienestar es tan fuerte que también ha cambiado la forma en que los empleadores buscan empleados, aceptando que nuevas formas de trabajar son posibles. “estas y otras acciones son necesarias para que el mundo del trabajo comprenda la importancia de más recursos humanos, acepte sus limitaciones y cuide el equilibrio necesario para ser más productivo, pero sobre todo poder trabajar bien. Ellas hacen. Cuando hay placer, hay menos enfermedades y cuando estamos felices, producimos más endorfinas en nuestro cuerpo, lo que nos da el efecto deseado”.

1.5.5.2 Pausas activas dentro de oficinas

Los ejercicios en el espacio más reducido son:

- Movimientos circulares de la cadera (para evitar una hernia de disco o dolor lumbar).
- Estiramiento: elevar el hombro a 90°, presionando suavemente el codo con la mano contraria.
- Desplazar la cabeza en dirección a la derecha, hasta que la barbilla esté casi alineada con los hombros.
- Inclinar la cabeza en hacia atrás y mantenerla en posición aproximadamente por 5 minutos.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

- Las pausas activas, consisten en una rápida rutina de estiramientos específicos y simples realizados en el lugar de trabajo.
- Subir los hombros en dirección a las orejas y mantener durante 10 segundos.
- Realizar movimientos circulares con cada tobillo.
- Estirar brazos hacia delante, juntando las palmas y realizar movimientos de estiramiento hacia arriba y abajo.
- Inclinar la cabeza en dirección al hombro derecho, doblar los hombros en dirección a las orejas, después mover la espalda con un movimiento circular, luego realizar un estiramiento con el brazo derecho con la palma hacia arriba.
- Finalmente, realiza movimientos de inhalación y exhalación, contracción abdominal y ejercicios de relajación para relajar todas las partes del cuerpo.
- Sesiones de stand up realizadas por los colaboradores.

1.5.5.3 Pausas activas fuera de oficina

Para ambientes más grandes, ofrecemos materiales como colchonetas donde se pueden realizar ejercicios más complejos:

- Juegos competitivos entre compañeros.
- Competición de grupo
- Actividades asociadas con el aumento de la carga de trabajo cardiovascular
- Finalmente, realiza movimientos de inhalación y exhalación, contracción abdominal y ejercicios de relajación para relajar todas las partes del cuerpo.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

1.5.5.4 Un caso de éxito

Con el objetivo de desarrollar una estrategia de hábitos saludables y prevención de enfermedades crónicas no transmisibles, así como en el marco del convenio entre el ministerio de salud y la compañía coca-cola, la empresa inició su campaña llamada moverse es felicidad que constaba de diferentes pausas activas adaptadas para las diferentes áreas, ya que los del departamento de bodega necesitaban descansar al contrario que los del departamento administrativo necesitaban entrar en actividad.

Hr observó que en los días en que se implementaron estas actividades, los empleados terminaron su día más temprano porque comenzaron a sentirse con más energía por la mañana y los gerentes de diferentes departamentos notaron menos conflicto entre áreas.

Con una serie de planes personalizados para empresas, ofrecemos un servicio dedicado diseñado para satisfacer todas las necesidades. Las actividades organizadas por la empresa son siempre frescas y diferentes, y su propósito es lograr que los empleados quieran participar voluntariamente en estas actividades y escapar temporalmente de sus obligaciones.

Marco conceptual

Glosario

arl: “es una entidad que tiene como objetivo prevenir, proteger y atender a los trabajadores de los accidentes de trabajo y enfermedades laborales que puedan ocurrir en el trabajo.” (sura)

capital semilla: “es un tipo de capital riesgo que se utiliza para apoyar la creación de nuevas empresas que surgen a través del proyecto de emprendedores” (caurin, j., 2017)

Customer journey map: “es una herramienta que ayudará a determinar los puntos de contacto de tu cliente al usar tu producto o solución y a

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

detectar áreas de mejora en función a la evaluación que realices de sus sensaciones en cada punto de contacto.” (macías, m., 2018)

kpis (indicadores clave de desempeño): “son mediciones financieras o no financieras que se utilizan para medir el grado de cumplimiento de los objetivos previamente establecidos.” (academia)

mapa de empatía: “esta herramienta sirve para ampliar la información demográfica con un conocimiento profundo del entorno, el comportamiento, las inquietudes y las aspiraciones de los clientes.” (macías, m., 2018)

pausas activas: “son sesiones de actividad física desarrolladas en el entorno laboral, con una duración continua mínima de 10 minutos que incluye adaptación física cardiovascular, fortalecimiento muscular y mejoramiento de la flexibilidad buscando reducir el riesgo cardiovascular y las lesiones musculares por sobreuso asociados al desempeño laboral.” (ministerio de salud, 2015)

risoterapia: ejercicio realizado por el grupo r&e en el que se busca por medio de diferentes actividades que las personas se rían de manera intensa, para así poder liberar la mayor cantidad de estrés posible.

Rumba terapia: ejercicio realizado por el grupo r&e en el que se busca hacer activación cardiovascular por medio de divertidas coreografías guiadas por los recreadores.

Sedentarismo: “la actitud del sujeto que lleva una vida sedentaria” (unión de mutas., 2017)

stand up comedy: “se trata de una comedia en la que el protagonista actúa de pie el comediante se encuentra totalmente solo en el escenario, con un micrófono y sin ningún elemento decorativo que le acompañe. En este sentido, el protagonista suele llevar una indumentaria corriente y se presenta ante el público no como un personaje sino como alguien que se representa a sí mismo.” (navarro, j., 2017)

storyboard: “es un conjunto de ilustraciones presentadas de forma

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

secuencial con el objetivo de servir de guía para entender una historia, previsualizar una animación o planificar la estructura de una película.”
(universidad de granada)

sushi coworking: “el objetivo esta experiencia, es que las personas aprendan a preparar un delicioso plato de sushi de manera didáctica y entretenida, mientras se rompen barreras de comunicación, se desarrolla y fortalece el trabajo en equipo, la toma de decisiones y la resolución de problemas de forma creativa.” (colombianos exitosos)

sg-sst: (sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo) “consiste en el desarrollo de un proceso lógico y por etapas, basado en la mejora continua, con el objetivo de anticipar, reconocer, evaluar y controlar los riesgos que puedan afectar la seguridad y salud en el trabajo.” (ministerio de trabajo, 2014)

Word of mouth: “cualquier acción de negocio que gane la recomendación de un cliente y que en consecuencia detone un efecto ‘voz a voz” (price, j., 2016)

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Capítulo II: Diseño Del Plan Comercial

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

2 Plan de negocios

2.1 Descripción de la empresa

La empresa Go Fit Xpress, emergente en el mundo del fitness móvil, se dedica a ofrecer servicios de pausas activas guiadas por profesionales y experto en salud ocupacional. Como una empresa nueva y entusiasta, se enorgullece de proporcionar soluciones convenientes y flexibles para aquellas empresas que desean mantener a su personal activo, evitando complicaciones en su salud debido al sedentarismo en sus trabajos.

2.2 Descripción del proyecto

El proyecto se basa en la utilización de gimnasios móviles completamente equipados, diseñados para llevar la experiencia del gimnasio directamente a las empresas. Con una amplia gama de programas adaptables para todo tipo de empresas y profesionales capacitados, la empresa ofrece una solución definitiva para satisfacer las necesidades empresariales de lograr la desconexión momentánea de su personal.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

2.3 Visión

Ser un líder en la industria del fitness móvil y pausas activas brindando servicios flexibles y fáciles de usar que ayudan a las personas a mantener controlado el nivel de estrés generado por largas horas de trabajo a través de pausas activas dentro de la jornada laboral.

2.4 Misión

Su misión es transformar la forma en que las empresas experimentan el fitness, brindando soluciones de acondicionamiento físico a través de pausas activas controladas y dirigidas por profesionales que se adapten a sus rutinas diarias y les permitan a sus empleados mantenerse motivados. Promueven un estilo de vida activo y saludable.

2.5 Valores

Calidad: proporcionar equipos y servicios móviles de fitness de la más alta calidad. Desde la selección de equipos hasta la contratación de entrenadores altamente capacitados buscando la excelencia en todo lo que hacen.

Innovación: estar en continuo aprendizaje con las nuevas tendencias, a través de nuevos programas de entrenamiento y la incorporación de nuevas tecnologías en los procesos.

Limpieza. – tener un alto compromiso con la higiene para brindar un espacio saludable y seguro para los clientes, de esta manera puedan disfrutar de las actividades de acondicionamiento con tranquilidad.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Profesionalismo: contar con un equipo formado por instructores altamente capacitados y certificados que se comprometen a brindar servicios profesionales y asesoramiento personalizado.

Compromiso: poner la salud y el bienestar de los clientes en primer lugar y brindar el apoyo que necesitan para lograr y mantener un estilo de vida activo y saludable.

2.6 Objetivo general

Aumentar la accesibilidad del acondicionamiento físico al brindar servicios de gimnasios móviles de alta calidad

2.7 Objetivos específicos

- 1.- cerrar negociaciones con tres empresas en los primeros tres meses.
- 2.- desarrollar cinco tipos de programas personalizados de entrenamiento para los diferentes tipos de usuarios anualmente
- 3.- asegurar que se mantenga al menos un 80% de los usuarios mensualmente
- 4.- tener un crecimiento de la flota de gimnasios móviles a dos vehículos en el segundo año de funcionamiento
- 5.- aumentar un entrenador adicional en el segundo semestre de funcionamiento.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO

2024

2.8 Modelo de canvas de plan de negocios-Go Fit Xpress

Tabla 2/canvas

Aliados clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con el cliente	Segmentos de clientes
<ul style="list-style-type: none"> Almacenes de implementos deportivos Locales con planes de alimentación saludable Locales con planes de alimentación saludable 	<ul style="list-style-type: none"> entrenamientos personalizados seguimiento y avance de resultados de cada cliente seguimiento y avance de resultados de cada cliente 	Llevar el servicio a los establecimientos en horarios flexibles dentro de la jornada laboral. Contar con planes de entrenamiento predefinidos acorde a la necesidad del empleado a través de entrenamiento funcional buscando resultados en el ámbito laboral y productivo del empleado a corto mediano y largo plazo a través de actividades grupales.	<ul style="list-style-type: none"> canales de comunicación para atención inmediata al cliente entrenamiento funcional favorable para la mejora de la productividad, salud y ambiente laborales 	<ul style="list-style-type: none"> gerentes, departamento de recursos humanos. empleados del sector público y privado. para pequeñas, mediana y grandes empresas en la ciudad de santo domingo
	Recursos clave		Canales	
	<ul style="list-style-type: none"> entrenadores profesionales capacitados equipos de entrenamiento de alta calidad. sistema de comunicación y información (redes sociales). recursos financieros 		<ul style="list-style-type: none"> oficina facebook chat bot whatsapp correo electrónico telegram tiktok 	
Estructura de costes		Estructura de ingresos		
<ul style="list-style-type: none"> gastos generales: transporte, arriendo de inmuebles, marketing y publicidad. gastos administrativos: sueldos y salarios gastos de inversión: capacitación y equipamiento al personal 		<ul style="list-style-type: none"> venta de paquetes empresariales venta de rutinas de ejercicios personalizados venta de suplementos 		

Nota. Elaborado por el autor

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

2.9 Propuesta de valor

Llevar el servicio de pausas activas y gimnasios móviles a los establecimientos en horarios flexibles dentro de la jornada laboral. La empresa cuenta con planes de entrenamiento predefinidos acorde a la necesidad del empleado a través de entrenamiento funcional buscando resultados positivos en el ámbito laboral y productivo del empleado a corto, mediano y largo plazo a través de actividades grupales. Dentro de esta propuesta se proporcionará a las empresas guías pre/post entrenamiento funcional para la medición de los resultados.

2.10 Segmento de cliente

El segmento de clientes está compuesto por gerentes y departamentos de recursos humanos que son los responsables de tomar decisiones tanto para la empresa como para su personal. Estos son los contactos clave con los que se tendrá acercamientos para la venta del servicio. Además, los usuarios finales son los empleados del sector público y privado. El enfoque es brindar soluciones a empresas de diferentes tamaños, desde pequeñas hasta medianas y grandes, ubicadas en la ciudad de santo domingo.

2.11 Canales de comunicación/distribución

Se utilizan diferentes canales para comunicarse con los clientes. En primer lugar, cuenta con una oficina física donde los clientes pueden acudir para recibir una atención personalizada. Además, la empresa utiliza plataformas digitales como facebook, donde se comparte información, se crean campañas y se resuelven dudas de manera rápida y eficiente. También ofrece un servicio de whatsapp chat bot que permite a los clientes realizar consultas y recibir respuestas automáticas en tiempo real. Para aquellos que prefieran comunicarse por correo electrónico, la empresa ha habilitado esta opción brindando un método adicional de comunicación. Además, la empresa utiliza canales como telegram y tiktok

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

para compartir contenido relevante e interactuar con su audiencia a través de varios formatos y métodos de comunicación.

2.12 Relación con el cliente

Se establece una relación cercana con los clientes utilizando diversas estrategias. Una de ellas es a través de la promoción de pautas en facebook, donde se comparten ofertas y promociones exclusivas para fomentar la participación y el compromiso de los clientes. Además, se utiliza la difusión a través de whatsapp como una forma directa de comunicación, brindando atención personalizada y resolviendo consultas de manera ágil. Asimismo, se implementan campañas en tiktok ads para alcanzar a un público más amplio y generar interés en los productos y servicios de la empresa. El objetivo principal de estas estrategias es aumentar la visibilidad de la empresa, generar una mayor interacción con los clientes y fortalecer la relación con ellos.

2.13 Fuentes de ingreso

La estructura de ingresos de la compañía se basa en varias fuentes. En primer lugar, se generan ingresos a través de la venta de paquetes corporativos que ofrecen soluciones integrales de bienestar a empresas que buscan promover la salud y el bienestar de sus empleados. Además, la empresa genera ingresos vendiendo sesiones individuales de entrenamiento en el hogar, así como planes de alimentación adaptados a las necesidades individuales de los clientes. Los ingresos también se generan a partir de la venta de suplementos nutricionales, que ofrecen oportunidades para complementar los programas de ejercicio y nutrición. En términos de métodos de pago, la empresa acepta pagos en efectivo y transferencias bancarias, lo que permite a los clientes realizar transacciones de manera flexible y conveniente.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

2.14 Recursos clave

Son aquellos que permiten una prestación eficiente del servicio. La empresa cuenta con instructores profesionales altamente capacitados que tienen los conocimientos y habilidades necesarias para brindar una capacitación personalizada y de alta calidad. La empresa también cuenta con equipos de formación de calidad para garantizar la seguridad y eficacia de los cursos. Estos recursos clave permiten a la empresa brindar a sus clientes la mejor experiencia de capacitación en su clase.

2.15 Actividades clave

Se centran en ofrecer formación personalizada adaptada a las necesidades individuales de cada cliente. Además, los resultados de cada cliente son monitoreados y registrados para asegurar su progreso y satisfacción. Estas actividades son esenciales para garantizar un servicio de calidad y cumplir con las expectativas del cliente.

2.16 Socios clave

Los socios estratégicos son parte fundamental del proyecto, ya que son quienes proveen los implementos y equipos adecuados para que los empleados realicen sus entrenamientos funcionales, se forma alianzas con tiendas que ofrezcan planes de alimentación saludable para brindar a los clientes opciones nutricionales. Además, colabora con clínicas profesionales que realizan inspecciones laborales en las empresas para velar por la salud y seguridad de los trabajadores. Estos aliados son fundamentales para fortalecer la propuesta de valor de la empresa y brindar una experiencia holística al cliente.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

2.17 Estructura de costos.

En la estructura de costos se incluye el mantenimiento del vehículo, también los costos de combustible para viajar a diferentes lugares, salarios del personal, incluidos los instructores profesionales, también forman parte del costo, así como los servicios básicos de la oficina, como luz, agua, teléfono, internet para mantener una constante comunicación con todas las áreas que conforman esta empresa.

2.18 Estrategia genérica

Go fit xpress se centra en lograr una posición competitiva al ofrecer servicios a precios más bajos que los competidores y atender de manera exclusiva a un segmento de mercado específico y satisfacer sus necesidades de manera más efectiva al dirigirse a empresas cuyo personal pasa la mayor parte de su jornada laboral detrás de un escritorio con poca movilidad y altos niveles de estrés.

2.18.1 Ventajas competitivas

La empresa se caracteriza por su excepcional capacidad para brindar servicios móviles de acondicionamiento físico y programas de pausas activas enfocados en la desconexión laboral adaptados a las instalaciones de cada empresa, horario y preferencias de cada cliente. Esta flexibilidad y conveniencia permiten a los miembros de una empresa tener momentos de esparcimiento y bajar los niveles de estrés. La empresa se enorgullece por mejorar la calidad de vida de los trabajadores mejorando el ambiente de trabajo y formando equipos más unidos.

2.18.2 Personalización en los programas de entrenamiento

La propuesta se destaca porque a cada cliente se le ofrece un plan de entrenamiento personalizado, donde los entrenadores altamente capacitados de

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

la compañía se encargan de adaptar los ejercicios y programas según las necesidades, objetivos y preferencias individuales del cliente. Esta atención personalizada garantiza una experiencia única, efectiva y altamente satisfactoria para cada cliente.

2.18.3 Seguimiento y monitoreo de la salud

(la empresa) puede utilizar tecnología y herramientas de seguimiento para monitorear la salud y el progreso de sus clientes. Esto puede incluir mediciones de la frecuencia cardíaca, el nivel de actividad y otros indicadores clave de salud. Al proporcionar información y seguimiento, la empresa puede adaptar los programas de entrenamiento y brindar un enfoque más completo para la mejora de la salud de los clientes.

2.18.4 Análisis de las fuerzas de porter

Las fuerzas de porter son un modelo desarrollado por michael porter que analiza el entorno competitivo de una industria. Estas fuerzas incluyen la rivalidad entre competidores existentes, la amenaza de nuevos entrantes al mercado, el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los clientes y la amenaza de productos o servicios sustitutos. El análisis de estas fuerzas permite a las empresas comprender el nivel de competencia en su industria y tomar decisiones estratégicas para mantener una ventaja competitiva donde 0 indica que la fuerza es nula y 5 indica que la fuerza es alta.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Tabla 3 fuerza de michael porter

Fuerzas de porter aplicadas a go fit xpress	Ponderación
Poder de negociación de los clientes	3
Poder de negociación con los proveedores	1
Amenaza de nuevos competidores	4
Amenaza de productos y servicios sustitutos	5
Rivalidad entre los competidores existentes	1

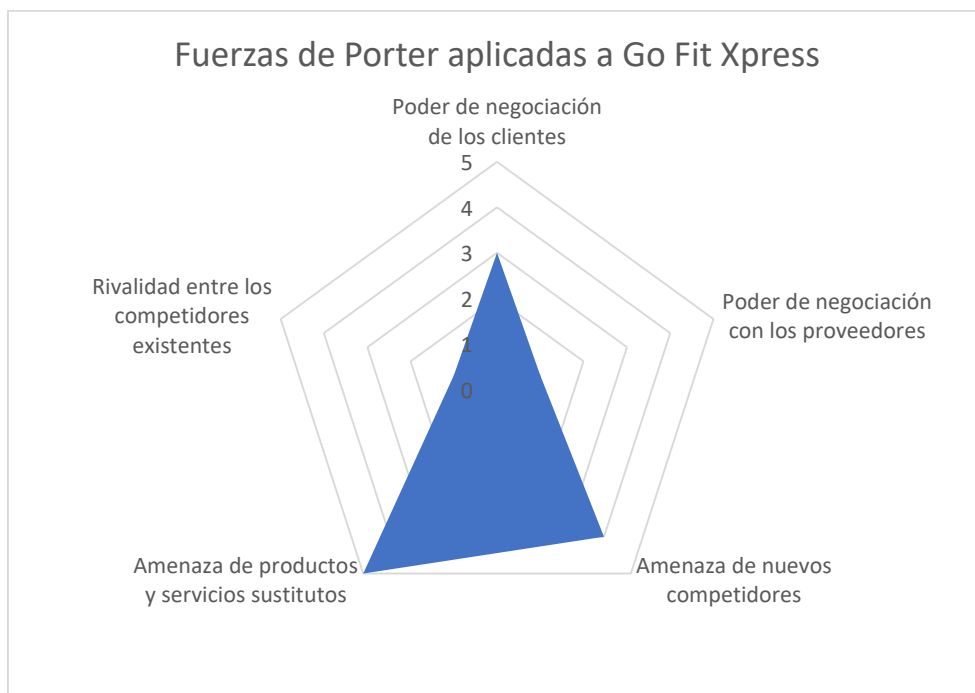


Ilustración 1 ponderación de m. Porter

Nota. Elaborado por el Autor

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

2.18.5 Poder de negociación de los clientes

Porter argumenta que cuanto más organizados están los consumidores, más exigen y definen las relaciones por precio, calidad o servicio, esto se vuelve aún más pronunciado cuando hay varios proveedores potenciales, en este caso la ponderación otorgada es de tres debido a la falta de conocimiento de los usuarios hacia este tipo de servicios, esto conlleva a tener negociaciones flexibles con los clientes.

2.18.6 Poder de negociación con los proveedores

Aquí se mide qué tan fácil es para los proveedores cambiar precios, tiempos de entrega, métodos de pago e incluso cambiar estándares de calidad. Cuanto menor sea la base de proveedores, menor será su poder de negociación. Por lo tanto, al tener una cartera amplia de proveedores que están dispuestos a adaptarse a las necesidades, nuestro poder de negociación es de uno.

2.18.7 Amenaza de nuevos competidores

Una industria no es atractiva si sus barreras de entrada no están fácilmente disponibles. La amenaza es que otras empresas puedan suministrar los mismos productos y nuevos recursos y hacerse con esa cuota de mercado, en este caso la ponderación es de cuatro, ya que es alta debido a que las barreras de entrada son muy accesibles, al no necesitar una alta inversión en la compra de suministros para estas actividades.

2.18.8 Amenaza de productos y servicios sustitutos

Un mercado o segmento no será atractivo si existen productos alternativos más avanzados o baratos. Estos productos o servicios representan una amenaza porque generalmente establecen un tope en el precio del producto o parte del mercado al cual está dirigido puede ser influenciado por estos alternos, por lo

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

tanto, se asigna una ponderación de cinco ya que en la actualidad existen varios tipos de servicios fitness.

2.18.9 Rivalidad entre los competidores existentes

Es fundamental para las empresas comprender y evaluar la rivalidad entre competidores existentes para desarrollar estrategias competitivas efectivas, identificar oportunidades y mitigar posibles amenazas en el mercado, esta fuerza lleva una ponderación de uno ya que la competencia directa de este servicio es reducida e informal, y también en la mayoría de los casos es reemplazada por parte del personal de la empresa.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

2.19 FODA empresa Go Fit Xpress

		<i>Fortalezas</i>			<i>Oportunidades</i>
Positivo	F1	Amplia variedad de servicios recreativos	O1	Leyes que promueven el bienestar de los trabajadores	
	F2	Los programas se adaptan a todos los clientes	O2	Tendencia creciente de la consciencia de la salud y el bienestar en el trabajo	
	F3	Altos niveles de contactabilidad multicanal	O3	Alto nivel de negociación con los proveedores	
		<i>Debilidades</i>			<i>Amenazas</i>
Negativo	D1	Tener un espacio limitado	A1	Escases de personal calificado	
	D2	No tener el número de asesores suficientes para cubrir la zona	A2	Baja aceptación del mercado	
	D3	No contar con un CRM para almacenar los datos de los usuarios	A3	Factores económicos y financieros	


La tabla expone el resultado del análisis externo e interno llevado a cabo para el negocio

Elaborado por el Autor

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL
AÑO 2024

2.20 Estrategia foda cruzado

Tabla 4 resumen del análisis fODA

		<i>Oportunidades</i>	<i>Amenazas</i>
		O1 Leyes que promueven el bienestar de los trabajadores	A1 Escases de personal calificado
		O2 Tendencia creciente de la consciencia de la salud y el bienestar en el trabajo	A2 Baja aceptación del mercado
		O3 Alto nivel de negociación con los proveedores	A3 Factores económicos y financieros
<i>Fortalezas</i>	<i>Estrategias para f o</i>	<i>Estrategias para f a</i>	
F1 Amplia variedad de servicios recreativos	Buscar el proveedor que nos ofrezca los mejores términos y condiciones de acuerdo con los diferentes tipos de clientes. (f2o3)	- Brindar atención personalizada y efectiva para establecer relaciones sólidas con los clientes y aumentar la satisfacción contrarrestando la baja aceptación del mercado. (f3a2) - Desarrollar alianzas estratégicas con profesionales relacionados con la industria del fitness y el bienestar. (f3a1)	
F2 Los programas se adaptan a todos los clientes	- Desarrollar programas de entrenamiento diseñados específicamente para promover la salud física y mental de los trabajadores. (f1o2)		
F3 Altos niveles de contactabilidad multicanal			
<i>Debilidades</i>	<i>Estrategias para d o</i>	<i>Estrategias para d a</i>	
D1 Tener un espacio limitado	- Implementar un crm que permita gestionar y dar Seguimiento a los clientes. (d3o2) - Desarrollar planes exclusivos para cada empresa de Acuerdo al espacio disponible con accesorios versátiles De fácil transportación. (d1o3)	- Crear capacitaciones al personal comercial para ofrecer un servicio de calidad. D2a2 - Recopilar datos que demuestren los beneficios de las pausas activas en la productividad y salud de los empleados a través de un crm. (d3a3)	
D2 No tener el número de asesores suficientes para cubrir la zona			
D3 No contar con un crm para almacenar los datos de los usuarios			

Nota. Elaborado por el Autor

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

2.20.1 Estrategias FODA

1.- buscar el proveedor que nos ofrezca los mejores términos y condiciones de acuerdo con los diferentes tipos de clientes. (f2o3)

(enero 2024)

2.- desarrollar programas de entrenamiento diseñados específicamente para promover la salud física y mental de los trabajadores. (f1o2)

(enero 2024)

3.- crear capacitaciones al personal comercial para ofrecer un servicio de calidad. (d2a2)

(febrero 2024)

4.- desarrollar planes exclusivos para cada empresa de acuerdo con el espacio disponible con accesorios versátiles de fácil transportación. (d1o3)

(febrero 2024)

5.- desarrollar alianzas estratégicas con profesionales relacionados con la industria del fitness y el bienestar. (f3a1)

(abril2024)

6.- brindar atención personalizada y efectiva para establecer relaciones sólidas con los clientes y aumentar la satisfacción contrarrestando la baja aceptación del mercado. (f3a2)

(abril 2024)

7.- implementar un crm que permita gestionar y dar seguimiento a los clientes. (d3o2)

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

(junio 2024)

8.- recopilar datos que demuestren los beneficios de las pausas activas en la productividad y salud de los empleados a través de un crm. (d3a3)

(julio 2024)

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO

2024

2.21 Análisis Pestel

Tabla 5 / Pestel

<i>Político</i>	<i>Económico</i>	<i>Social</i>	<i>Tecnológico</i>	<i>Ambiental</i>	<i>Legal</i>
Regulaciones sobre el uso de espacios públicos	Niveles de ingresos y poder adquisitivo	Cambios en las tendencias de estilo de vida	Aplicaciones para seguimiento de resultados	Prácticas empresariales sostenibles	Pausas activas dentro del horario laboral
Cambios en las políticas económicas	Altas tasas de desempleo	Inseguridad país	Acceso a internet en los espacios de gimnasio móvil	Fenómeno del niño	Implementación de comités de seguridad y saluda ocupacional dentro de las empresas
Elecciones políticas	Canje deuda externa	Manifestaciones	Equipos tecnológicos para ejercitarse	Cambio climático	Ley de protección de datos

Elaborado por el Autor

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO

2024

2.22 Ponderación Licker

Tabla 6 / Ponderación Licker

Factor	Aspecto		Tiempo (años)			Tipo de impacto		
			Corto (1-2)	Mediano (2-5)	Largo (5 +)	Positivo	Negativo	Indiferencia
Política	Aspecto p1	Regulaciones sobre uso de espacios públicos		X		X		
	Aspecto p2	Cambios en las políticas económicas		X			X	
	Aspecto p3	Elecciones	X					X
Económico	Aspecto e1	Niveles de ingresos y poder adquisitivo	X				X	
	Aspecto e2	Altas tasas de desempleo	X				X	
	Aspecto e3	Canje deuda externa						
Social	Aspecto s1	Cambios en las tendencias de estilos de vida	X			X		
	Aspecto s2	Inseguridad país	X				X	
	Aspecto s3	Manifestaciones	X				X	
Tecnológico	Aspecto t1	Aplicaciones para seguimientos de resultados	X			X		
	Aspecto t2	Acceso a internet	X			X		
	Aspecto t3	Equipos tecnológicos	X			X		

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO

2024

Ecológico	Aspecto eg1	Prácticas empresariales sostenibles	X		X	
	Aspecto eg2	Fenómeno del niño	X			X
	Aspecto eg3	Cambio climático		X		X
Legal	Aspecto l1	Pausas activas	X		X	
	Aspecto l2	Comités de seguridad y salud ocupacional	X		X	
	Aspecto l3	Ley de protección de datos			X	

Nota. Elaborado por el Autor

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

2.23 Estructura organizacional

Organigrama del proyecto (quien lo lidera, y subordinados), salvo que sea la creación de una empresa.

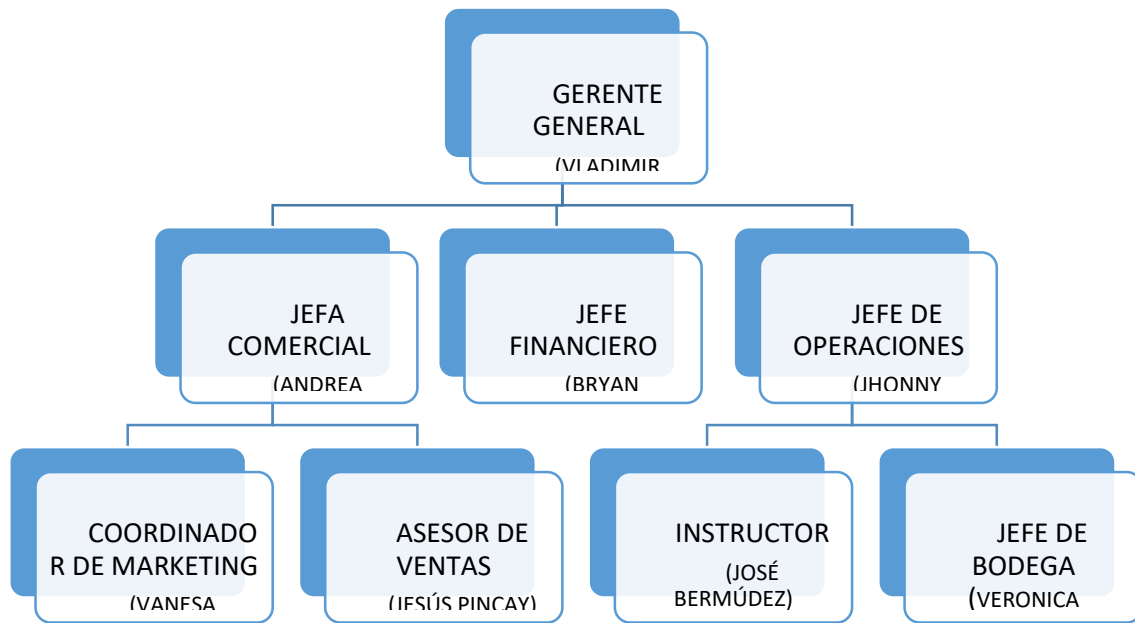


Ilustración 2 organigrama

2.24 Plan de marketing

2.24.1 Contexto general del mercado

Cada vez las preocupaciones por el bienestar de los empleados se hacen más presente y este tipo de servicios son más solicitados. Dentro de las organizaciones cada vez es más frecuente la búsqueda de alternativas que ayuden a disminuir problemas relacionados con la carga laboral de los empleados, incentivando la actividad física a través de momentos de desconexión. Varios informes y estudios respaldan su relevancia y crecimiento.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Según un informe de la empresa de investigación de mercado global Workplace Wellness Summit (GWWS), se estima que el mercado global de bienestar en el trabajo alcanzará los 66.0 mil millones de dólares para el año 2023. Dentro de este mercado más amplio, las pausas activas se consideran una parte integral de la salud y seguridad dentro de las empresas, representando la importancia de mantener a los empleados con salud física y mental. Estos momentos de desconexión dentro de la jornada laboral están destinados a actividades de estiramiento y relacionamiento entre los miembros de una empresa, se ha demostrado que las pausas activas constantes mejoran el desempeño de los empleados y ayudan a mejorar el rendimiento cognitivo. En un estudio publicado por el instituto nacional de seguridad y salud ocupacional (NIOSH) E.E. U.U. resalta que las pausas activas pueden ayudar a reducir los trastornos musculoesqueléticos y mejorar la satisfacción laboral.

2.24.2 Perfil del cliente

El perfil del cliente para una empresa que se dedica a brindar pausas activas en el lugar de trabajo puede variar según el tipo de industria y el tamaño de las organizaciones objetivo. Aquí hay algunos aspectos a considerar en el perfil del cliente:

Empresas y organizaciones: los clientes principales son empresas y organizaciones de diferentes sectores, como corporaciones, pequeñas y medianas empresas, instituciones educativas, hospitales, instituciones gubernamentales y organizaciones sin fines de lucro.

Recursos humanos y gestión del talento: el departamento de recursos humanos o la gestión del talento suelen ser los responsables de implementar programas de bienestar en el trabajo, incluidas las pausas activas. Estos profesionales se centran en mejorar el bienestar y la satisfacción de los

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

empleados, así como en aumentar la productividad y reducir el ausentismo laboral.

Cultura empresarial y enfoque en el bienestar: las organizaciones que valoran el bienestar de sus empleados y tienen una cultura empresarial orientada al cuidado de la salud son más propensas a ser clientes potenciales. Aquellas empresas que priorizan el equilibrio entre el trabajo y la vida personal y se preocupan por la salud y la productividad de sus empleados son especialmente receptivas a los programas de pausas activas.

Métodos de consumo: los clientes pueden acceder a los servicios de pausas activas a través de diferentes métodos. Estos pueden incluir la contratación de un proveedor externo que brinde sesiones de pausas activas en el lugar de trabajo, la adquisición de programas o plataformas en línea que ofrezcan rutinas de ejercicios y guías para pausas activas, o la implementación de un equipo interno de especialistas en bienestar que lideren las sesiones de pausas activas.

2.25 Marketing mix

2.25.1 Estrategia de producto

En el servicio de pausas activas y gimnasio móvil, la diferenciación con otros servicios sustitutos es que está diseñado para hacerse directamente en el lugar de trabajo de las empresas contratantes, ofreciéndoles un servicio de pausas activas dirigidos por un profesional, el cual ofrece mejores beneficios en cuanto a la salud laboral de trabajador, que el de los ejercicios tradicionales.

Las pausas activas empresariales son breves rutinas de ejercicios, realizadas durante la jornada laboral en el mismo lugar de trabajo, se las realiza con el fin de prevenir enfermedades relacionadas con el trabajo excesivo y mejorar la

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

salud laboral, además de aumentar la productividad y generar un mejor ambiente empresarial entre empleados y empleadores.

En cuanto a las maneras de trabajar, se contará con los implementos deportivos adecuados para realizar este tipo de entrenamiento, como son: pesas rusas, balón medicinal, conos, bandas de resistencia, steps, mancuernas, sogas para salto, trx, entre otros, estos son algunos de los implementos que se debe usar, con lo cuales permite trabajar varios ejercicios y circuitos.

2.25.2 Estrategia de precio

La estrategia elegida es una estrategia de valor añadido, ya que se ofrecerán al cliente diversos beneficios a lo largo del proceso de entrenamiento, desde los servicios prestados directamente en el puesto de trabajo hasta la medición del resultado final para el cliente.

Implementar rutinas predefinidas de acuerdo con las necesidades de los empleados y además adaptar el programa de capacitación a los requerimientos de la empresa, estos valores agregados van de la mano con la capacitación funcional, que contribuirá a incrementar la productividad de los empleados, incluso mejorando el trabajo en equipo y el desempeño de la empresa. Ambiente de trabajo. Por tanto, el valor fijo que se cobrará al consumidor será el detallado a continuación:

Planes corporativos

Modalidad grupal: consta de 20 lecciones mensuales que duran de 25 minutos a 1 hora dependiendo de las preferencias del cliente y tiene un costo de usd \$15.00 por persona al mes (0.75 ctvs. Por lección diaria) e incluye todos los servicios adicionales e implementos necesarios.

Modalidad personalizada: 10 lecciones por mes, desde 25 minutos hasta una hora, dependiendo de las preferencias del cliente, usd \$10.00 por persona por

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

mes (usd \$1.00 por entrenamiento), incluyendo todos los implementos necesarios.

Taller: el evento ofrece a las empresas un taller de tres horas que incluye una discusión sobre las ventajas de las pausas activas en el trabajo, ejercicios a realizar, dinámicas y mini entrenamientos de integración diseñados para promover los beneficios de las pausas activas que también pueden mejorar el trabajo en equipo. En instituciones. El costo de la actividad es de USD \$10.00 por persona.

2.25.3 Estrategia de distribución

El servicio se distribuirá de manera directa, eliminando intermediarios en su venta. Se dispondrá de asesores que se acercarán directamente a las empresas para ofrecer el servicio. Una vez que el cliente esté interesado en adquirirlo, se podrá establecer contacto a través de llamadas, redes sociales o la página web. El personal de Go Fit Xpress se acercará personalmente a la empresa, o el cliente podrá dirigirse a las oficinas administrativas.

Canales de distribución

Los canales de distribución directa incluyen al personal de Go Fit Xpress, la oficina administrativa y la página web, a través de los cuales los clientes pueden adquirir el servicio.

Puntos de venta

El punto de venta principal será la visita del asesor de Go Fit Xpress, quien estará autorizado para realizar el cobro según la forma de pago que el cliente elija.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Además, la oficina administrativa ubicada en santo domingo también será un punto de venta donde el personal de turno podrá realizar transacciones.

2.25.4 Estrategia de promoción

Según la estrategia de ajuste utilizada, se ofrecerán descuentos de temporada del -10% sobre el precio final, según el plan de contratación que la empresa esté interesada en adquirir. Esto se hace con el propósito de brindar al cliente una mayor flexibilidad al momento de obtener el servicio y también para generar un mayor interés en el mismo.

La estrategia de promoción consiste en dirigirse al público objetivo directamente, atrayéndolo hacia la marca.

Lo que se busca con esta promoción es comunicar al cliente los atributos y beneficios que se obtiene al adquirir el servicio de Go Fit Xpress.

2.25.5 Publicidad

Se emplearán tanto estrategias de marketing tradicional como marketing digital para llevar a cabo la publicidad. Se ha decidido utilizar ambos métodos, ya que cada uno aporta elementos distintos que resultan relevantes a la hora de dar a conocer el servicio. Además, estos dos métodos se complementan entre sí, logrando así un mayor alcance hacia el público objetivo.

En cuanto al contacto directo, es de gran importancia establecer relaciones personales con los responsables de adquirir el servicio en las empresas. Es por esta razón que se implementará el marketing cara a cara, con el objetivo de fomentar interacciones positivas y obtener un conocimiento más profundo del interés real del cliente.

Página web

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Habrá un sitio web disponible que incluirá información detallada sobre el servicio, así como números de contacto. El sitio contará con seis páginas internas, una galería de imágenes y videos, así como botones que redirigirá directamente a las redes sociales, un formulario de contacto, un mapa de ubicación del negocio, dirección de correo electrónico y números de teléfono.

Redes sociales

Se utilizarán las plataformas digitales más importantes, como Facebook e Instagram, para crear contenido relacionado con el servicio de pausas activas empresariales. Este contenido abarca temas como los beneficios del servicio, promociones y testimonios de clientes satisfechos.

En cuanto al costo de la publicidad en redes sociales, durante los primeros 6 meses se destinarán USD \$80.00 mensuales. Después de este período, el costo por publicidad se reducir  a USD \$30.00 mensuales. Esto implica un costo total de USD \$660.00 para el primer año. A partir del segundo año, el costo mensual será de USD \$360.00 estos recursos se utilizarán en plataformas como Facebook e Instagram, enfocando la publicidad en la zona de santo domingo.

Fuerza de ventas

Al ser un servicio completamente nuevo, se empezari  con seis empresas que adquirirán uno de los paquetes con los que se cuenta, es por eso por lo que el encargado en dirigirse a las empresas a ofrecer el servicio será el general, siendo este una persona experimentada en el campo de las ventas, además de ser alguien que maneje bien las relaciones públicas.

Dependiendo del incremento que se tenga en la demanda hacia el servicio, se analizar  el contratar o no personal que sea específicamente para ventas.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

2.25.6 Estrategia de personas

La creación de rutinas se basa en las evaluaciones realizadas por el entrenador, quien diseñará programas específicos según las necesidades de los usuarios del servicio. Es fundamental realizar una evaluación previa para determinar el estado físico del cliente y proporcionar al entrenador las pautas necesarias para aplicar los ejercicios adecuados.

El desarrollo de la recreación implica la práctica de actividad física por parte de los usuarios, siguiendo el lugar y horario establecido por la empresa.

La organización de eventos es un servicio adicional que los clientes pueden elegir, como la realización de programas específicos durante fechas especiales, como el mes de la salud o el mes del trabajador.

El servicio postventa es una herramienta importante para garantizar la satisfacción del cliente. A través de este servicio, los clientes pueden enviar sugerencias, calificar el servicio y resolver cualquier inquietud que puedan tener.

2.26 Estrategia de procesos

Contratación de personal

La estrategia de procesos de contratación se refiere al enfoque planificado y sistemático utilizado para reclutar, seleccionar y contratar nuevos empleados. Esta estrategia tiene como objetivo asegurar que el proceso de contratación sea eficiente, efectivo y alineado con los objetivos y necesidades de la organización.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

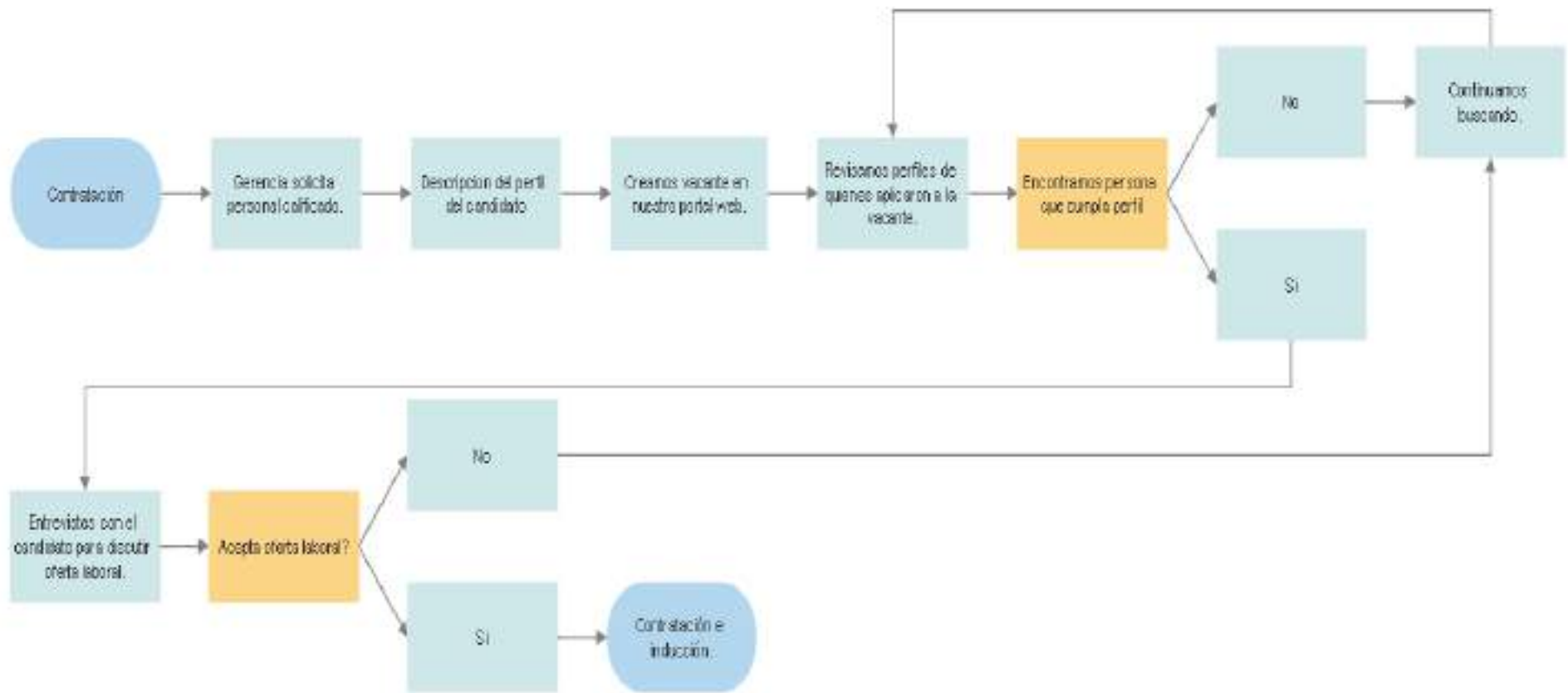
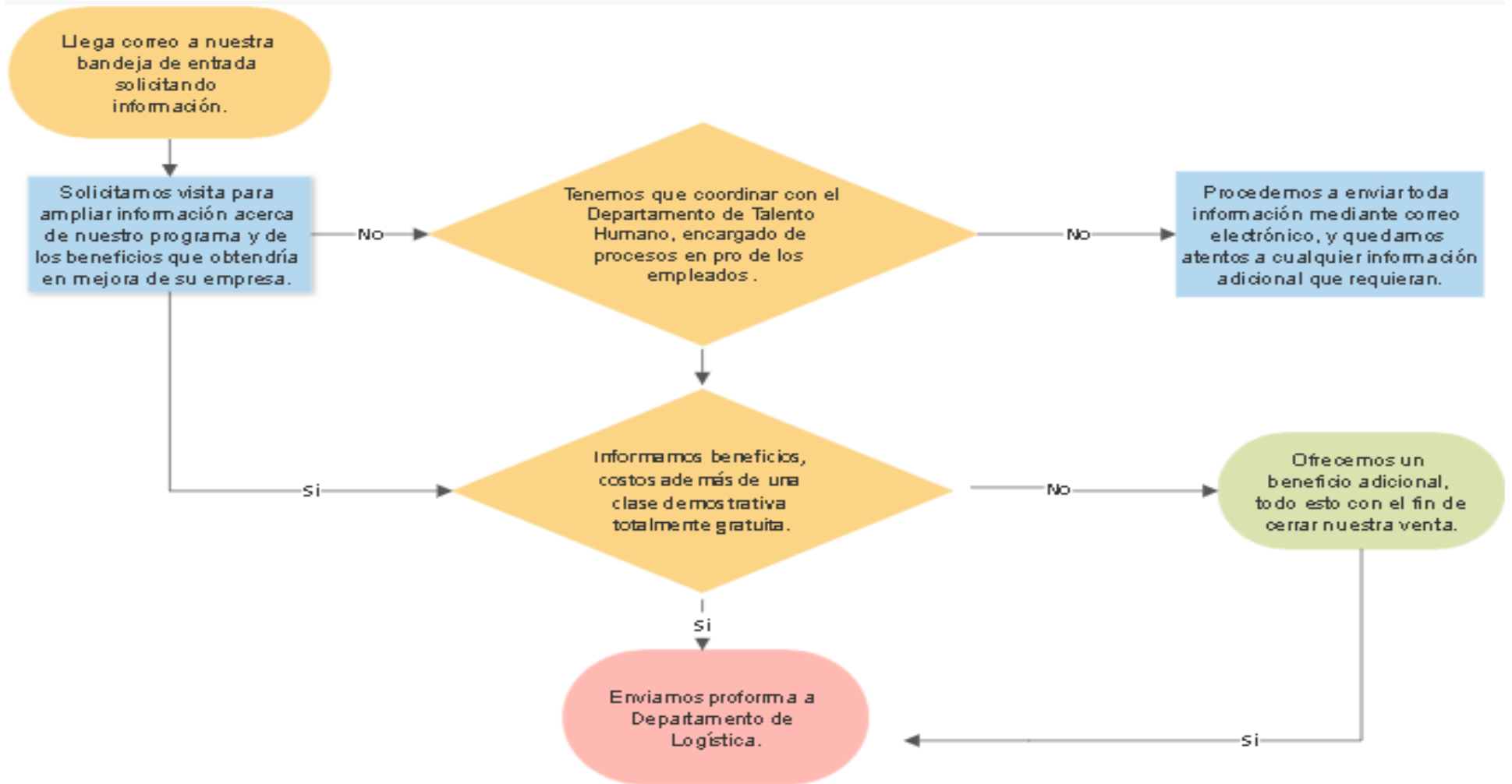


Ilustración 3 flujograma de contratación de personal

Proceso de manejo de leads que llegan a la página web.



PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Ilustración 4 flujograma de atención a leads

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

2.27 Estrategia de evidencia física

Logo y nombre

El nombre escogido es “go fit xpress”, ya que hace referencia al servicio que se otorgará, mediante rutinas de entrenamiento que van a generar mayor productividad, además de potenciar y mejorar la calidad de vida.

Eslogan

Cuidamos de ti.

Colores

La gama de colores utilizados son los siguientes:

Naranja: energía y entusiasmo: el color naranja se asocia comúnmente con la energía, la emoción y el entusiasmo. Puede transmitir una sensación de vitalidad y dinamismo, lo que lo convierte en una opción popular para marcas que desean transmitir un sentido de energía y pasión en sus productos o servicios.

Blanco: demuestra pureza, paz y virtud.

Azul: conocido por ser un color elegante y corporativo, representa tranquilidad, frescura e inteligencia.

2.27.1 Imagen corporativa

La imagen corporativa de “go fit express” demuestra potencia y cambio mediante el ejercicio, además de elegancia mediante un servicio premium.

Stand publicitario en feria

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024



Ilustración 5 evidencia física 1

Vehículo



Ilustración 6 evidencia física 2

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Logo



Ilustración 7 evidencia física 3

Camiseta



Ilustración 8 evidencia física 4

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Tarjetas



Ilustración 9 evidencia física 5

Sitio web



Ilustración 10 evidencia física 6

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL
AÑO 2024

2.28 Plan de acción

Tabla 7 / objetivo 1 del plan de acción

Cerrar negociaciones con tres empresas en los primeros tres meses							
Medios (estrategias)	Resultado esperado	Equipo	Fecha		Recursos	Indicador de gestión	
			Inicio	Fin			
Visitar a las empresas más grandes de la localidad para ofrecer paquetes promocionales (mínimo 30)	Tener más clientes activos	Asesor comercial / instructor	5/1/2024	15/2/2024	Tiempo, gastos de movilización, viáticos del equipo	# de socios, # de prospectos	
Implementar campañas publicitarias por redes sociales	Generar mayor alcance	Coordinador de marketing / asesor comercial	5/1/2024	15/2/2024	Dinero, diseños de publicidad,	# de empresas interesadas, # de formularios con posibles clientes	
Realizar actividades promocionales en espacios públicos concurridos	Generar presencia de marca	Jefe de bodega / asesor comercial	Mar-24	Mar-24	Tiempo, publicidad, merchandising, impulsadora	# de clientes potenciales, base de datos	
Participar en ferias empresariales o de emprendimientos	Tener relación con futuros clientes	Coordinador de marketing / asesor comercial	Ene-24	Mar-24	Dinero, impulsadoras, stand comercial, pop	Incrementar base de datos, # de clientes conseguidos	
Generar promociones por apertura	Conseguir los primeros clientes	Coordinador de marketing / jefe financiero	Ene-24	Feb-24	Obsequios, dinero,	# de clientes activos	

Nota. Elaborado por el Autor

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL
AÑO 2024

Tabla 8/ Objetivo 2 Del Plan De Acción

Desarrollar cinco tipos de programas personalizados de entrenamiento para los diferentes tipos de usuarios anualmente							
Medios (estrategias)	Resultado esperado	Equipo	Fecha		Recursos	Indicador de gestión	
			Inicio	Fin			
Realizar un estudio exhaustivo del mercado y de las diferentes empresas que podrían beneficiarse de las pausas activas	Identificar y entender el mercado	Coordinador de marketing / jefe comercial	1/1/2024	1/6/2024	Dinero, tiempo, encuestas	Número de empresas potenciales,	
Dividir el mercado en segmentos basados en características	Verificar dimensiones de las empresas, el sector de actividad, la ubicación geográfica	Coordinador de marketing / jefe comercial	1/2/2024	1/4/2024	Tiempo, analistas	Porcentajes del mercado	
Diseñar programas personalizados que se adapten a los diferentes tipos de empresas	Identificar las características únicas del segmento al que se dirige	Instructor / asesor de ventas	Ene-24	Feb-24	Tiempo, encuestas, recurso humano	Nivel de satisfacción del cliente	
Establecer alianzas estratégicas con profesionales de la salud, entrenadores físicos y especialistas en bienestar laboral.	Contribuir a la creación de programas personalizados, aportando conocimientos especializados y garantizando la efectividad y seguridad de las pausas activas.	Jefe comercial / jefe de operaciones	Abr-24	Jul-24	Tiempo, servicios profesionales	Número de alianzas estratégicas	
Realizar un seguimiento constante de la implementación de los programas y recopilar retroalimentación de las empresas y sus empleados.	Mejorar y ajustar continuamente los programas personalizados, asegurando que se satisfagan las necesidades y se logren los resultados esperados.	Jefe de operaciones / gerente general	Jul-24	Dic-24	Tiempo, encuestas, monitoreo	Tasa de participación	

Nota. Elaborado por el Autor

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL

AÑO 2024

Tabla 9/ Objetivo 3 Del Plan De Acción

Asegurar que se mantenga al menos un 80% de los usuarios mensualmente								
Medios (estrategias)	Resultado esperado	Equipo	Fecha		Recursos	Indicador de gestión	de	
			Inicio	Fin				
Implementar programas de fidelización	Incentivar y recompensar a los usuarios que continúen utilizando los servicios de pausas activas de forma regular.	Coordinador de marketing / asesor comercial	1/4/2024	1/12/2024	Tiempo, dinero	Porcentaje de retención de clientes	de	
Realizar un seguimiento constante de la participación de los usuarios y detectar patrones de abandono temprano.	Recopilar información sobre las razones por las que algunos usuarios dejan de participar y tomar medidas para retenerlos.	Coordinador de marketing / asesor comercial	1/4/2024	1/12/2024	Tiempo, dinero, encuestas	Tasa de abandono	de	
Evaluar regularmente la efectividad de los programas de pausas activas y realizar ajustes según los comentarios y sugerencias de los usuarios.	Satisfacer las necesidades y preferencias de los usuarios, así aumentará su probabilidad de continuar participando.	Instructor / asesor de ventas	Mar-24	May-24	Dinero, plataformas digitales, recursos humanos, tiempo	Mejora en la satisfacción del cliente	de	
Mantener una comunicación abierta y constante con los usuarios	Informar sobre los beneficios de las pausas activas, recordando las fechas y horarios de las sesiones.	Instructor / asesor de ventas	Abr-24	Dic-24	Recurso humano, tiempo, plataformas digitales	Índice de satisfacción del cliente	de	
Lanzar ofertas y promociones especiales para los usuarios existentes, como descuentos por renovación de membresía o la posibilidad de invitar a un amigo de forma gratuita.	Incentivar a los usuarios a mantener su participación y atraer a nuevos usuarios al programa.	Coordinador de marketing / asesor comercial	Feb-23	Dic-24	Recurso humano, tiempo, tecnología	Tasa de renovación de membresía	de	

Nota. Elaborado por el Autor

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL
AÑO 2024**

Tabla 10/ Objetivo 4 Del Plan De Acción

Tener un crecimiento de la flota de gimnasios móviles a dos vehículos en el segundo año de funcionamiento						
Medios (estrategias)	Resultado esperado	Equipo	Fecha		Recursos	Indicador de gestión
			Inicio	Fin		
Realizar un estudio exhaustivo de las necesidades de transporte de herramientas en los dos vehículos durante el segundo año de funcionamiento.	Identificar el tipo de vehículo que se va a necesitar	Jefe de bodega / jefe de operaciones	1/1/2025	1/3/2025	Vehículos, dinero, recurso humano	Número de herramientas y equipos transportados
Investigar diferentes opciones de carros o vehículos especializados para el transporte de herramientas.	Comparar características, capacidad de carga, durabilidad y eficiencia para seleccionar la mejor opción.	Jefe de bodega / jefe de operaciones	1/9/2024	1/12/2024	Recurso humano, tiempo	Porcentaje de opciones de carros
Establecer un presupuesto específico para la adquisición de los carros de transporte de herramientas.	Evaluar las opciones de financiamiento disponibles	Jefe financiero / jefe de bodega	1/7/2024	Ago-24	Recurso humano, herramientas tecnológicas,	Cumplimiento del presupuesto asignado
Negociar precios, condiciones de compra y posibles descuentos o beneficios adicionales.	Buscar oportunidades de obtener precios más competitivos y mejores condiciones de garantía	Coordinador de marketing / jefe financiero	1/9/2024	1/12/2024	Dinero, tiempo	Efectividad en la negociación y obtención de condiciones favorables
Realizar un seguimiento regular del desempeño de los carros.	Implementar mejoras y ajustes necesarios para optimizar su rendimiento	Jefe de bodega / jefe de operaciones	Abr-24	Jun-24	Recurso humano, herramientas tecnológicas, sistemas de mantenimiento	Eficiencia de los vehículos en el transporte

Nota. Elaborado por el Autor

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL
AÑO 2024

Tabla 11/ Objetivo 5 Del Plan De Acción

Aumentar un entrenador adicional en el segundo semestre de funcionamiento							
Medios (estrategias)	Resultado esperado	Equipo	Fecha		Recursos	Indicador de gestión	
			Inicio	Fin			
Evaluar la carga de trabajo actual del entrenador y determinar la necesidad de contratar un entrenador adicional.	Identificar la capacidad actual y las áreas donde se requiere apoyo adicional	Jefe de operaciones / jefe financiero	Febrero 2024	31/3/2024	Recurso humano, test, tiempo	Ratio de carga de trabajo	
Establecer los requisitos y habilidades necesarios para el entrenador adicional	Encontrar personal capacitado para el puesto de trabajo	Jefe de operaciones / instructor	1/4/2024	30/4/2024	Tiempo, plataformas de empleo	Nivel de conocimientos	de
Lanzar una campaña de reclutamiento para atraer candidatos calificados.	Llegar a un amplio grupo de postulantes.	Coordinador de marketing / jefe de operaciones	Mar-24	Abr-24	Plataformas tecnológicas,	Número de candidatos calificados	de
Brindar capacitación y formación al nuevo entrenador para familiarizarlo con los valores, metodologías y estándares de la empresa.	Alinear al nuevo miembro del equipo a los objetivos de las empresas	Instructor / jefe de operaciones	Jul-24	Ago-24	Recurso humano, tiempo, capacitaciones	Nivel de dominio de conocimientos	
Realizar evaluaciones periódicas del desempeño del nuevo entrenador y recopilar comentarios de los clientes atendidos.	Medir el desempeño y brindar orientación adicional si es necesario.	Instructor / jefe de operaciones	Oct-24	Nov-24	Programas de capacitación, evaluaciones de desempeño	Calificación de desempeño de entrenador	de del

Nota. Elaborado por el Autor

3 Capítulo III: Análisis financiero

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

3 Análisis financiero

3.1 Supuestos financieros

Los supuestos financieros están diseñados para reflejar un escenario realista y optimista, considerando tanto oportunidades como riesgos. Es fundamental tener en cuenta que estos supuestos son proyecciones y están sujetos a cambios en función de la evolución del entorno económico y las decisiones estratégicas que tome la empresa. A continuación, se detallan los supuestos financieros usados para determinar la viabilidad financiera del proyecto.

[Anexos Supuestos Financieros](#)

3.1.1 Salarios básicos unificado

La introducción de salarios básicos proyectados es una parte esencial en la planificación financiera de cualquier empresa. Estos salarios básicos proyectados representan la estimación de los sueldos y salarios que la compañía prevé pagar a sus empleados durante un período determinado.

Tabla 12 Salarios Básicos Unificados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salarios básicos proyectados	475,00	498,75	523,69	549,87	577,37

Nota. Elaborado por el Autor

La proyección de la empresa Go Fit Xpress está realizada en función a los próximos cinco años, donde el salario básico tendrá un incremento anual del 5%.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

3.1.2 Sueldos del área administrativa: primer año

Tabla 13 Sueldo del área administrativa

Nómina	Año 1
Gerente general	\$702,24
Jefe financiero	\$639,41
Jefe comercial	\$639,41
Coordinador de marketing	\$611,88
Asesor comercial	\$611,88
Total mensual	\$3.204,82

Nota. Elaborado por el Autor

3.1.3 Sueldos del área operativa: primer año

Tabla 14 Sueldos del área operativa

Nómina	Año 1
Asistente de operaciones	\$639,41
Asistente de bodega	\$639,41
Instructor	\$611,88
Total mensual	\$1.890,70

Nota. Elaborado por el Autor

En el anexo [Sueldos](#) se encuentra desglosado los componentes de cada uno de los sueldos de la nómina

3.1.4 Comportamiento de la demanda

La evolución de la demanda de productos o servicios es altamente influenciada por cambios en las preferencias del consumidor, avances tecnológicos, movimientos económicos y competencia en el mercado

Tabla 15 Comportamiento de la Demanda

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Comportamiento de la demanda esperada	74.430,00	86.798,25	102.003,30	119.032,79	140.026,32

Nota. Elaborado por el Autor

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

La proyección de la demanda fue calculada de acuerdo con el porcentaje de participación de mercado que se desea alcanzar en los próximos cinco años y corresponde al 1%.

3.1.5 Demanda esperada anual (cantidad de productos/servicios que se esperan vender cada año)

Tabla 16 Demanda esperada anual

Oferta productos o servicios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Modalidad grupal	333	375	423	476	536
Modalidad personalizada	111	123	135	147	168
Modalidad de taller	40	40	40	40	40
Total demanda esperada	484	538	598	663	744

Nota. Elaborado por el Autor

Ver el detalle de cada año en el siguiente anexo [Proyección de la demanda](#)

3.2 Comportamiento de los gastos

Este supuesto se basa en la estimación y análisis de los diferentes componentes de gastos, como costos operativos, insumos, mano de obra, gastos generales y de capital. La evolución de los gastos está estrechamente vinculada con el crecimiento del negocio, las estrategias de expansión y la eficiencia operativa.

Se estima basado en la proyección un comportamiento de gastos con un incremento del 10% por año. [Proyección de gastos](#)

Tabla 17 Comportamiento de los Gastos Operacionales

Gastos operacionales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	38.457,83	43.001,21	45.151,27	47.408,83	49.779,27
Alquiler	1.680,00	1.848,00	2.032,80	2.236,08	2.459,69
Servicios básicos	600,00	660,00	726,00	798,60	878,46
Publicidad	660,00	726,00	798,60	878,46	966,31

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Movilización	540,00	594,00	653,40	718,74	790,61
Suministros de oficina	240,00	264,00	290,40	319,44	351,38
Comisiones	744,30	867,98	954,78	1.050,26	1.155,28
Total	42.922,13	47.961,19	50.607,25	53.410,41	56.381,01

Nota. Elaborado por el Autor

3.3 Necesidades de inversión

En este proyecto se requiere una inversión total de \$34.497,00, de las cuales \$10.349,20 provienen de un financiamiento bancario

Tabla 18 Necesidades de inversión

Inversión requerida	\$34.497,00	
Financiamiento	Valor	%
Aportes propios	\$24.147,90	70%
Aportes de terceros (bancos)	\$10.349,10	30%
Total financiamiento		
Tasa a pagar	16,00%	
Plazo de deuda (años)	5	

Nota. Elaborado por el Autor

Esta inversión inicial se destina a cubrir diversos aspectos como la adquisición de activos fijos, y capital de trabajo, se detalla la adquisición de activos en el siguiente enlace [Inversión en activos](#)

Tabla 19 Distribucion del capital de trabajo

Descripción	Costo total
Capital de trabajo	\$17.000,00
Gastos pre-operativos	\$357,00
Computadoras	\$3.200,00
Impresoras	\$220,00
Escritorios	\$600,00
Sillas	\$120,00
Buseta	\$12.000,00
Pesas y equipos	\$1.000,00

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Inversión total **\$34.497,00**

Nota. Elaborado por el Autor

3.4 Proyección de las ventas

La empresa cuenta con 3 planes de ejercicio dentro de sus ofertas comerciales, a continuación, se muestran los precios de cada oferta disponible.

Tabla 20 Proyeccion de las Ventas

Ventas totales (resumen)					
Oferta productos o servicios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Modalidad grupal	56.970,00	66.953,25	79.578,45	93.819,72	111.255,29
Modalidad personalizada	12.660,00	14.805,00	17.132,85	19.656,47	22.936,60
Modalidad de taller	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
Total	74.430,00	86.798,25	102.003,30	119.032,79	140.026,32

Nota. Elaborado por el Autor

Después de realizar un estudio de mercado se determinó que las empresas estarían dispuestas a pagar por cada uno de los cursos ofertados los siguientes valores

Modalidad grupal	15,00 (por persona)
Modalidad personalizada	10,00 (por persona)
Modalidad de taller	10,00 (por persona)

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

3.5 Proyección de costos

A continuación, se detalla los costos de ventas anuales:

Costos de venta totales

Tabla 21 proyección de Costos

Oferta productos o servicios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Modalidad grupal	949,50	1.094,63	1.276,26	1.476,00	1.716,96
Modalidad personalizada	379,80	435,69	494,59	556,64	637,15
Modalidad de taller	168,00	173,04	178,23	183,58	189,09
Sueldos	22.688,38	25.367,03	26.635,39	27.967,16	29.365,51
Total	24.185,68	27.070,40	28.584,47	30.183,37	31.908,71

Nota. Elaborado por el Autor

Los costos de ventas están constituidos por los salarios del área operativa y los costos invertidos en el material de limpieza e hidratación para cada uno de los usuarios.

3.6 Necesidades de préstamo

Para desarrollar el siguiente proyecto necesitamos acudir a una fuente externa de financiamiento en este caso va a ser el banco pichincha con una tasa de interés del 16%, para un plazo de cinco años, pagando una cuota mensual de \$251,67 dólares.

A continuación, se muestra el resumen del crédito.

Tabla 22 Necesidades de Prestamos

Préstamo	\$10.349,10
Tasa anual	16,00%
Pagos por año	12

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024**

Tasa por período	1,33%
Plazo deuda (años)	5
Cuotas (número)	60
Dividendo	\$251,67

Nota. Elaborado por el Autor

A continuación, se detalla el resumen del pago crédito de manera anual.

Tabla 23 Pago de crédito

Periodos anuales	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Interés		\$1.551,23	\$1.298,20	\$1.001,58	\$653,86	\$246,23
Capital pagado		\$1.468,81	\$1.721,84	\$2.018,46	\$2.366,18	\$2.773,81
Dividendos		\$3.020,04	\$3.020,04	\$3.020,04	\$3.020,04	\$3.020,04
Saldo	\$10.349,10	\$8.880,29	\$7.158,45	\$5.139,99	\$2.773,81	\$0,00

Nota. Elaborado por el Autor

3.7 Proyección de flujo de caja

El flujo de caja, también conocido como flujo de efectivo, representa el registro de los movimientos de dinero que entran y salen de una empresa, proyecto o inversión durante un período de tiempo específico. Es una herramienta financiera fundamental que proporciona una visión clara y detallada de la liquidez y la salud financiera de la entidad.

Un flujo de caja positivo indica que la empresa está generando más efectivo del que está gastando, lo que es un signo saludable de solvencia. Un flujo de caja negativo, por otro lado, sugiere que la entidad está gastando más de lo que está generando, lo que podría ser una señal de problemas financieros o simplemente el resultado de inversiones iniciales o proyectos en crecimiento.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

El flujo de caja proyectado para los próximos cinco años de la empresa go fit express revela un plan financiero sólido y prometedor para nuestro proyecto. En el año cero, se registra un flujo de caja negativo debido a las inversiones iniciales necesarias para el desarrollo e implementación del proyecto. Sin embargo, a partir del año 1, el flujo de caja se vuelve positivo y se mantiene así durante todo el período proyectado incluso en el cuarto año donde se tiene una reinversión de capital destinada a la renovación de equipos de cómputo y pesas.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL
AÑO 2024

Tabla 24 Proyección flujo de caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 4
Ventas		74.430,00	86.798,25	102.003,30	119.032,79	140.026,32
- costo de ventas		24.185,68	27.070,40	28.584,47	30.183,37	31.908,71
Utilidad bruta en ventas		50.244,32	59.727,85	73.418,83	88.849,42	108.117,61
- gastos desembolsables		42.922,13	47.961,19	50.607,25	53.410,41	56.381,01
- gastos no desembolsables		4.302,33	3.945,33	3.945,33	3.945,33	3.945,33
Utilidad operacional		3.019,86	7.821,33	18.866,25	31.493,68	47.791,26
- gastos financiamiento		1.551,23	1.298,20	1.001,58	653,86	246,23
Utilidad antes de reparto a trabajadores		1.468,62	6.523,13	17.864,67	30.839,82	47.545,03
- 15% reparto ut. Trabajadores		220,29	978,47	2.679,70	4.625,97	7.131,75
Utilidad antes de impuesto renta		1.248,33	5.544,66	15.184,97	26.213,85	40.413,28
- 25% impuesto renta		312,08	1.386,16	3.796,24	6.553,46	10.103,32
Utilidad antes de reserva legal		936,25	4.158,49	11.388,73	19.660,39	30.309,96
- 10% reserva legal		93,62	415,85	1.138,87	1.966,04	3.031,00
Utilidad del ejercicio		842,62	3.742,65	10.249,85	17.694,35	27.278,96
+ gastos no desembolsables		4.302,33	3.945,33	3.945,33	3.945,33	3.945,33
+ reserva legal		93,62	415,85	1.138,87	1.966,04	3.031,00
+ deudas no pagadas en el periodo		532,38	2.364,63	6.475,94	11.179,44	17.235,07
- deudas pagadas			-532,38	-2.364,63	-6.475,94	-11.179,44
- amortización (cap.pagado)		-1.468,81	-1.721,84	-2.018,46	-2.366,18	-2.773,81
+ valor en libros (si se vende)						
Inversión	-34.497,00				-4.420,00	
Préstamo a largo plazo	10.349,10					
Flujo de caja	- 24.147,90	4.302,15	8.214,25	17.426,91	21.523,03	37.537,12

Nota. Elaborado por el Autor

3.8 Proyección del estado de resultados

De acuerdo con la proyección, a partir del primer año de funcionamiento la empresa generará ganancias por el nivel de ventas alcanzadas, a partir del segundo año de operaciones se empezará a pagar el impuesto a la renta, la repartición a los trabajadores y la reserva legal. Desde el primer año la empresa genera ganancias debido a los 3 clientes que se lograron captar en el primer trimestre de operaciones. A continuación, se muestra la proyección correspondiente a los primeros cinco años de funcionamiento:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL

AÑO 2024

Tabla 25 Proyección estado de resultados

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		74.430,00	86.798,25	102.003,30	119.032,79	140.026,32
- costo de ventas		24.185,68	27.070,40	28.584,47	30.183,37	31.908,71
Utilidad bruta en ventas		50.244,32	59.727,85	73.418,83	88.849,42	108.117,61
- gastos desembolsables		42.922,13	47.961,19	50.607,25	53.410,41	56.381,01
- gastos no desembolsables		4.302,33	3.945,33	3.945,33	3.945,33	3.945,33
Utilidad operacional		3.019,86	7.821,33	18.866,25	31.493,68	47.791,26
- gastos financiamiento		1.551,23	1.298,20	1.001,58	653,86	246,23
Utilidad antes de reparto a trabajadores		1.468,62	6.523,13	17.864,67	30.839,82	47.545,03
- 15% reparto ut. Trabajadores		220,29	978,47	2.679,70	4.625,97	7.131,75
Utilidad antes de impuesto renta		1.248,33	5.544,66	15.184,97	26.213,85	40.413,28
- 25% impuesto renta		312,08	1.386,16	3.796,24	6.553,46	10.103,32
Utilidad antes de reserva legal		936,25	4.158,49	11.388,73	19.660,39	30.309,96
- 10% reserva legal		93,62	415,85	1.138,87	1.966,04	3.031,00
Utilidad del ejercicio		842,62	3.742,65	10.249,85	17.694,35	27.278,96

Nota. Elaborado por el Autor

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL
AÑO 2024

3.9 Proyección del balance general

Para analizar el balance general proyectado a 5 años, es necesario revisar los cambios en cada cuenta y entender cómo afectan la situación financiera de la empresa. A continuación, se realiza un análisis de las principales cuentas y su evolución:

Tabla 26 Proyección Balance General

		Año	Año	Año	Año	Año
		1	2	3	4	5
Efectivo	17.000,00	21.302,15	29.516,40	46.943,30	68.466,33	106.003,45
A/f netos	17.497,00	13.194,67	9.249,33	5.304,00	5.778,67	1.833,33
Activos	34.497,00	34.496,82	38.765,73	52.247,30	74.245,00	107.836,79
Ctas.doc. X pagar		532,38	2.364,63	6.475,94	11.179,44	17.235,07
Préstamo bancario.	10.349,10	8.880,29	7.158,45	5.139,99	2.773,81	-
Pasivos	10.349,10	9.412,67	9.523,09	11.615,93	13.953,24	17.235,07
Capital social	24.147,90	24.147,90	24.147,90	24.147,90	24.147,90	24.147,90
Reserva legal		93,62	509,47	1.648,35	3.614,39	6.645,38
Utilidades retenidas		842,62	4.585,27	14.835,12	32.529,47	59.808,43
Patrimonio	24.147,90	25.084,15	29.242,64	40.631,37	60.291,75	90.601,71
Pasivos + patrimonio	34.497,00	34.496,82	38.765,73	52.247,30	74.245,00	107.836,79

Nota. Elaborado por el Autor

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

3.10 Efectivo:

El efectivo muestra un aumento significativo a lo largo de los 5 años, partiendo de \$17,000 en el año 1 y alcanzando \$106,003.45 en el año 5.

Este incremento en el efectivo refleja una buena gestión de los flujos de caja y la capacidad de generar y conservar efectivo a medida que avanza el proyecto.

3.11 Ctas.doc. X pagar (cuentas por pagar):

Las cuentas por pagar aumentan progresivamente a medida que avanza el tiempo, lo que indica mayores obligaciones comerciales con proveedores y acreedores.

Es fundamental mantener un equilibrio adecuado entre las cuentas por pagar y los flujos de efectivo para garantizar la estabilidad financiera de la empresa.

3.12 Préstamo bancario:

Se observa un descenso constante en el préstamo bancario, lo que significa que la empresa está reembolsando gradualmente su deuda.

Una disminución en la deuda es una señal positiva, ya que reduce los intereses y los pagos futuros, mejorando la salud financiera.

3.13 Patrimonio:

El patrimonio muestra un aumento constante en los cinco años, alcanzando \$90,601.71 al final del período proyectado.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Un aumento en el patrimonio sugiere que la empresa está acumulando beneficios y fortaleciendo su posición financiera.

3.14 Pasivos + patrimonio:

La suma de los pasivos y el patrimonio se mantiene constante a lo largo de los 5 años, lo que indica un equilibrio entre las fuentes de financiamiento y los recursos propios.

En general, el balance general proyectado muestra una situación financiera positiva para la empresa en los próximos 5 años. Se espera un crecimiento constante en el efectivo y el patrimonio, junto con una disminución gradual de los pasivos, lo que sugiere una gestión financiera sólida y una viabilidad a largo plazo.

3.15 Indicadores económicos

Los indicadores financieros de un proyecto son medidas y ratios utilizados para evaluar su rendimiento y viabilidad económica. Estos indicadores proporcionan información clave sobre la salud financiera del proyecto, su rentabilidad, eficiencia y capacidad para generar valor. Al analizar los indicadores financieros, los inversionistas, analistas y gerentes pueden tomar decisiones informadas y estratégicas sobre la viabilidad y el futuro del proyecto.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

3.15.1 Período de recuperación (payback period): Ayuda a conocer cuál es el tiempo que el proyecto tardara en recuperar la inversión a través de los flujos de caja generados por el proyecto.

3.15.2 Valor actual neto (VAN): Es un indicador que nos permite determinar el valor actualizado de los flujos de caja futuros sean estos cobros y pagos descontados para determinar la rentabilidad del proyecto.

3.15.3 Tasa interna de retorno (TIR): Determina la tasa de rendimiento para evaluar la rentabilidad de la inversión

A continuación, se presentan los principales indicadores económicos

Tabla 27 Indicadores Económicos

% tasa de retorno esperada	10%	% aportes propios	70%
% interés del banco	16,00%	% aportes otros	30%
Impuestos	36,25%	WACC	10%
TIR	43,47%		
VAN	\$ 37.526,56		
PAYBACK	3 años		

Para analizar los indicadores financieros proporcionados con la información de la proyección del proyecto a 5 años, evaluaremos cada indicador:

3.15.4 Tasa de retorno esperada (TIR) del 43.47%:

La tir representa la tasa de rendimiento interna del proyecto y muestra que el proyecto genera un rendimiento del 43.47%. Como la TIR es mayor que la tasa de descuento (10%), esto indica que el proyecto es financieramente atractivo y rentable. Un rendimiento del 43.47% es considerado favorable y sugiere que el proyecto tiene un potencial significativo para generar beneficios para los inversores.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

3.15.5 Valor actual neto (VAN) de \$37,526.56:

El VAN es una medida del valor presente de los flujos de efectivo futuros del proyecto, descontados a la tasa de descuento del 10%. Un VAN positivo de \$37,526.56 indica que el proyecto generará un valor neto positivo después de descontar los costos y beneficios futuros. Esto refuerza la idea de que el proyecto es financieramente viable y puede generar beneficios para los inversionistas.

3.15.6 PAYBACK de 3 años:

El PAYBACK es el período de tiempo necesario para recuperar la inversión inicial a través de los flujos de efectivo generados por el proyecto. Un payback de 3 años indica que la inversión inicial se recuperará en ese período. Un payback de 3 años es considerado relativamente corto y sugiere que el proyecto tiene un rápido retorno de la inversión, lo cual es una señal positiva para los inversores.

3.15.7 WACC del 10%:

El WACC (costo promedio ponderado de capital) del 10% es la tasa de descuento utilizada para calcular el van. Es importante que el WACC sea menor que la TIR para que el proyecto sea rentable. En este caso, el WACC del 10% es menor que la TIR del 43.47%, lo que confirma que el proyecto es viable financieramente

3.16 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio de un proyecto a 5 años es el nivel de ventas o ingresos en el cual los costos totales del proyecto se igualan con los ingresos totales generados. En este punto, la empresa no tiene ganancias ni pérdidas, es decir, no obtiene beneficios, pero tampoco incurre en

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

pérdidas. Es un punto crucial para el proyecto, ya que, a partir de este nivel de ventas, cualquier aumento en los ingresos generará utilidades, mientras que cualquier disminución resultará en pérdidas. Al alcanzar y superar el punto de equilibrio, el proyecto se vuelve financieramente rentable y puede generar ganancias para los inversionistas. A continuación, se detalla el análisis del punto de equilibrio:

Tabla 28 Punto de equilibrio

Punto de equilibrio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo fijo	\$ 48.775,70	\$ 53.204,72	\$ 55.554,16	\$ 58.009,60	\$ 60.572,57
Ventas - costo variable	\$ 50.244,32	59.727,85	\$ 73.418,83	\$ 88.849,42	\$108.117,61
% equilibrio	97%	89%	76%	65%	56%
Ventas	\$ 74.430,00	\$ 86.798,25	\$102.003,30	\$119.032,79	\$140.026,32
Costos variables	\$ 24.185,68	\$ 27.070,40	\$ 28.584,47	\$ 30.183,37	\$ 31.908,71
Costos fijos	\$ 48.775,70	\$ 53.204,72	\$ 55.554,16	\$ 58.009,60	\$ 60.572,57
Utilidad	\$1.468,62	\$6.523,13	\$17.864,67	\$30.839,82	\$47.545,03

Nota. Elaborado por el autor

Se visualiza en la tabla que en el primer año es mayor el punto de equilibrio en comparación a los siguientes años, esto se debe al incremento en el volumen de venta en los próximos años.

3.17 Ratios financieros

Para realizar un análisis financiero de los ratios financieros del proyecto proyectado durante 5 años, es importante evaluar cada ratio y su tendencia a lo largo del tiempo. Veamos el análisis de cada ratio:

3.17.1 Razón corriente:

La razón corriente muestra la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo con sus activos corrientes. A lo largo de los años, se observa una disminución significativa, lo cual podría indicar dificultades para cumplir con sus compromisos financieros a corto plazo.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

3.17.2 Capital de trabajo:

El capital de trabajo representa la diferencia entre los activos corrientes y los pasivos corrientes. Se aprecia un aumento constante en este ratio, lo que sugiere un crecimiento en la capacidad de financiamiento de las operaciones del proyecto.

3.17.3 Rotación del activo total:

La rotación del activo total muestra la eficiencia en el uso de los activos para generar ventas. A lo largo de los años, se observa una disminución gradual en este ratio, lo que puede indicar que la empresa podría estar experimentando problemas para aprovechar plenamente sus activos.

3.17.4 Endeudamiento:

El ratio de endeudamiento muestra el porcentaje de deuda en la estructura financiera de la empresa. Se observa una disminución constante en este ratio, lo cual indica que el proyecto está reduciendo su nivel de endeudamiento y se está financiando de manera más estable.

3.17.5 Leverage total:

El leverage total mide la proporción de deuda total con respecto al patrimonio. También se aprecia una disminución constante en este ratio, lo que refuerza la idea de que el proyecto está reduciendo su nivel de endeudamiento.

3.17.6 Cobertura pasivo financiero:

La cobertura del pasivo financiero muestra la capacidad de la empresa para cubrir los intereses y pagos de deuda. A lo largo de los años, se observa

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

una disminución significativa, lo que podría indicar dificultades para cubrir los pagos de deuda.

3.17.7 Cobertura gasto financiero:

La cobertura del gasto financiero muestra la capacidad de la empresa para cubrir los gastos financieros con sus utilidades. Se aprecia un aumento exponencial en este ratio, lo cual es positivo y sugiere que el proyecto está generando suficiente utilidad para cubrir los gastos financieros.

3.17.8 Margen bruto, margen operativo y margen neto:

Los márgenes muestran la eficiencia y rentabilidad operativa del proyecto. A lo largo de los años, se observa un aumento en los márgenes, lo que indica que el proyecto está mejorando en términos de eficiencia y rentabilidad.

3.17.9 ROA y ROE:

Los ratios de rendimiento (ROA y ROE) muestran la rentabilidad del proyecto en relación con sus activos totales y el patrimonio. Ambos ratios muestran una tendencia ascendente, lo que indica un crecimiento en la rentabilidad del proyecto.

Tabla 29 Ratios Financieros

Ratios financieros	Fórmula	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Razón corriente	Act. C. / pas. C.	\$ 40,01	\$ 12,48	\$ 7,25	\$ 6,12	\$ 6,15
Capital de trabajo	Act. C - pas. C.	\$ 20.769,77	\$ 27.151,76	\$ 40.467,36	\$ 57.286,90	\$ 88.768,38
Rotación del activo total	Ventas/ activos	\$ 2,16	\$ 2,24	\$ 1,95	\$ 1,60	\$ 1,30
Endeudamiento	Pasivos /activos	\$ 0,27	\$ 0,25	\$ 0,22	\$ 0,19	\$ 0,16
Leverage total	Pasivo/ patrimonio	\$ 0,38	\$ 0,33	\$ 0,29	\$ 0,23	\$ 0,19

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Cobertura pasivo financiero	Pas. Fin. / ventas	\$ 0,12	\$ 0,08	\$ 0,05	\$ 0,02	\$ 0,00
Cobertura gasto financiero	Ut. Op. / gto. Fin.	\$ 1,95	\$ 6,02	\$ 18,84	\$ 48,17	\$ 194,09
Margen bruto	Ut. Br/ ventas	\$ 0,68	\$ 0,69	\$ 0,72	\$ 0,75	\$ 0,77
Margen operativo	Ut. Op. /ventas	\$ 0,04	\$ 0,09	\$ 0,18	\$ 0,26	\$ 0,34
Margen neto	Ut. Ne. /ventas	\$ 0,01	\$ 0,04	\$ 0,10	\$ 0,15	\$ 0,19
Roa	Ut ne/ activos	\$ 0,02	\$ 0,10	\$ 0,20	\$ 0,24	\$ 0,25
Roe	Ut ne. /patrimonio	\$ 0,03	\$ 0,13	\$ 0,25	\$ 0,29	\$ 0,30

Nota. Elaborado por el autor

4 Conclusiones

Los indicadores financieros proporcionados indican que el proyecto es financieramente sólido y rentable. La TIR, el VAN y el PAYBACK son favorables y sugieren que el proyecto puede generar rendimientos significativos para los inversores y recuperar la inversión inicial en un corto período. Además, el WACC es menor que la TIR, lo que respalda aún más la viabilidad del proyecto analizándolo desde la perspectiva financiera. Sin

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

embargo, como es importante tener en cuenta otros factores, como índices de riesgos, el impacto social y ambiental del proyecto, para poder tomar una decisión acerca de la inversión.

El análisis de los ratios financieros del proyecto proyectado durante 5 años revela una tendencia general positiva en la mayoría de los indicadores. Durante este período, el proyecto ha experimentado mejoras en la eficiencia operativa y en su capacidad para generar utilidades. Los márgenes brutos, operativos y netos han aumentado progresivamente, lo que indica una mayor eficiencia en la gestión de costos y una mayor rentabilidad de las operaciones.

5 Recomendaciones

Dado que los indicadores financieros son favorables, se recomienda seguir adelante con el proyecto y aprovechar las oportunidades de crecimiento y rentabilidad, además con base en el análisis de los ratios financieros, se puede concluir que el proyecto muestra un rendimiento general positivo y un crecimiento en la rentabilidad. Sin embargo, también es importante considerar las siguientes recomendaciones para garantizar el éxito continuo del proyecto:

Mejorar la gestión de activos: es importante optimizar la rotación del activo total para aprovechar plenamente los activos y mejorar la eficiencia operativa.

Monitorear la carga de deuda: aunque el endeudamiento ha disminuido, es esencial mantener una gestión prudente de la deuda y asegurarse de que la empresa pueda cumplir con sus compromisos de pago.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Diversificar las fuentes de financiamiento: considerar la posibilidad de diversificar las fuentes de financiamiento para reducir la dependencia de una sola fuente y mitigar los riesgos financieros.

Fortalecer la cobertura del pasivo financiero: trabajar en mejorar la capacidad de cubrir los pagos de deuda para evitar problemas financieros y mantener una posición sólida ante cualquier situación adversa.

Monitorear los costos y gastos: asegurarse de que los costos operativos y los gastos se mantengan bajo control para mejorar la rentabilidad y mantener márgenes saludables.

Diversificar las fuentes de ingresos: considerar la posibilidad de diversificar las líneas de negocio o ampliar el alcance del proyecto para reducir la dependencia de una sola fuente de ingresos y mitigar riesgos asociados.

Evaluar la eficiencia de los activos: continuar optimizando la rotación del activo total para asegurar que los activos se utilicen de manera eficiente y se generen mayores ventas.

Gestionar la deuda de manera prudente: aprovechar la combinación de financiamiento propio y aportes bancarios para mantener un endeudamiento adecuado y garantizar la capacidad de pago de los compromisos financieros.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

ANEXOS

6 Anexos Supuestos Financieros

Anexo 1 Supuestos Financieros

	2024	2025	2026	207	208
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inflación proyectada					
Salarios básicos proyectados	475,00	498,75	523,69	549,87	577,37

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Incremento anual de sueldos	5%	5%	5%	5%
Comportamiento de la demanda esperada	1%	1%	1%	1%
Comportamiento de los gastos	10%	10%	10%	10%

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL

AÑO 2024

7 Inversión en activos

Anexo 2 Inversión En Activos

	Tipo de activo	Unidades	Costo unitario	Costo total	Vida útil	Depreciación anual
Capital de trabajo	1. Activo corriente	1	17000	\$17.000,00		
Gastos pre-operativos	2. Otros activos	1	357	\$357,00		
Computadoras	Equipos de cómputo	4	800	\$3.200,00	3	\$1.066,67
Impresoras	Equipos de cómputo	1	220	\$220,00	3	\$73,33
Escritorios	Muebles & enseres	4	150	\$600,00	10	\$60,00
Sillas	Muebles & enseres	4	30	\$120,00	10	\$12,00
Buseta	Vehículos	1	12000	\$12.000,00	5	\$2.400,00
Pesas y equipos	Maquinaria	10	100	\$1.000,00	3	\$333,33
Inversión total				34.497,00		3.945,33
Inversión requerida	\$34.497,00					
Financiamiento	Valor	%				
Aportes propios	\$24.147,90	70%				
Aportes de terceros (bancos)	\$10.349,10	30%				
Total financiamiento						
Tasa a pagar	16,00%					
Plazo de deuda (años)	5					

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL

AÑO 2024

8 Sueldos

Anexo 3 Sueldos area administrativa

Nómina	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente general	\$702,24	\$785,48	\$824,75	\$865,99	\$909,29
Jefe financiero	\$639,41	\$714,94	\$750,69	\$788,22	\$827,63
Jefe comercial	\$639,41	\$714,94	\$750,69	\$788,22	\$827,63
Coordinador de marketing	\$611,88	\$684,04	\$718,24	\$754,15	\$791,86
Asesor comercial	\$611,88	\$684,04	\$718,24	\$754,15	\$791,86
Total mensual	\$3.204,82	\$3.583,43	\$3.762,61	\$3.950,74	\$4.148,27

Anexo 4 Sueldos área Operativa

Nómina	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Asistente de operaciones	\$639,41	\$714,94	\$750,69	\$788,22	\$827,63
Asistente de Bodega	\$639,41	\$714,94	\$750,69	\$788,22	\$827,63
Instructor	\$611,88	\$684,04	\$718,24	\$754,15	\$791,86
Total mensual	\$1.890,70	\$2.113,92	\$2.219,62	\$2.330,60	\$2.447,13

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL
AÑO 2024

9 Proyección de la demanda

Anexo 5 Estimación de ventas Mensuales por Año

Proyecciones mensuales para el año 1						
Nómina	Sueldo	13º sueldo	14º sueldo	Aporte 12,15%	patronal	Total
Gerente general	\$550,00	\$45,83	\$39,58	\$66,83		\$702,24
Jefe financiero	\$497,85	\$41,49	\$39,58	\$60,49		\$639,41
Jefe comercial	\$497,85	\$41,49	\$39,58	\$60,49		\$639,41
Coordinador de marketing	\$475,00	\$39,58	\$39,58	\$57,71		\$611,88
Asesor comercial	\$475,00	\$39,58	\$39,58	\$57,71		\$611,88
Total mensual	\$2.495,70	\$207,98	\$197,92	\$303,23		\$3.204,82

Proyecciones mensuales para el año 2							
Nómina	Sueldo	13º sueldo	14º sueldo	Fondo de reserva	Aporte 12,15%	patronal	Total
Gerente general	\$577,50	\$48,13	\$41,56	\$48,13	\$70,17		\$785,48
Jefe financiero	\$522,74	\$43,56	\$41,56	\$43,56	\$63,51		\$714,94
Jefe comercial	\$522,74	\$43,56	\$41,56	\$43,56	\$63,51		\$714,94
Coordinador de marketing	\$498,75	\$41,56	\$41,56	\$41,56	\$60,60		\$684,04
Asesor comercial	\$498,75	\$41,56	\$41,56	\$41,56	\$60,60		\$684,04

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL

AÑO 2024

Total mensual	\$2.620,49	\$218,37	\$207,81	\$218,37	\$318,39	\$3.583,43
---------------	------------	----------	----------	----------	----------	------------

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL

AÑO 2024

Proyecciones mensuales para el año 3

Nómina	Sueldo	13º sueldo	14º sueldo	Fondo de reserva	de Aporte patronal 12,15%	Total
Gerente general	\$606,38	\$50,53	\$43,64	\$50,53	\$73,67	\$824,75
Jefe financiero	\$548,88	\$45,74	\$43,64	\$45,74	\$66,69	\$750,69
Jefe comercial	\$548,88	\$45,74	\$43,64	\$45,74	\$66,69	\$750,69
Coordinador de marketing	\$523,69	\$43,64	\$43,64	\$43,64	\$63,63	\$718,24
Asesor comercial	\$523,69	\$43,64	\$43,64	\$43,64	\$63,63	\$718,24
Total mensual	\$2.751,51	\$229,29	\$218,20	\$229,29	\$334,31	\$3.762,61

9.1

Proyecciones mensuales para el año 4

Nómina	Sueldo	13º sueldo	14º sueldo	Fondo de reserva	de Aporte patronal 12,15%	Total
Gerente general	\$636,69	\$53,06	\$45,82	\$53,06	\$77,36	\$865,99
Jefe financiero	\$576,32	\$48,03	\$45,82	\$48,03	\$70,02	\$788,22
Jefe comercial	\$576,32	\$48,03	\$45,82	\$48,03	\$70,02	\$788,22
Coordinador de marketing	\$549,87	\$45,82	\$45,82	\$45,82	\$66,81	\$754,15
Asesor comercial	\$549,87	\$45,82	\$45,82	\$45,82	\$66,81	\$754,15
Total mensual	\$2.889,08	\$240,76	\$229,11	\$240,76	\$351,02	\$3.950,74

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL
AÑO 2024

Proyecciones mensuales para el año 5

Nómina	Sueldo	13º sueldo	14º sueldo	Fondo de reserva	Aporte patronal 12,15%	Total
Gerente general	\$668,53	\$55,71	\$48,11	\$55,71	\$81,23	\$909,29
Jefe financiero	\$605,14	\$50,43	\$48,11	\$50,43	\$73,52	\$827,63
Jefe comercial	\$605,14	\$50,43	\$48,11	\$50,43	\$73,52	\$827,63
Coordinador de marketing	\$577,37	\$48,11	\$48,11	\$48,11	\$70,15	\$791,86
Asesor comercial	\$577,37	\$48,11	\$48,11	\$48,11	\$70,15	\$791,86
Total mensual	\$3.033,54	\$252,79	\$240,57	\$252,79	\$368,57	\$4.148,27

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO

2024

Anexo 6 proyección de la Demanda

Proyección de la demanda Año 1

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
MODALIDAD GRUPAL	300	303	306	309	312	315	318	321	324	327	330	333	333
MODALIDAD PERSONALIZADA	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	111
MODALIDAD DE TALLER	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
TOTAL	440	444	448	452	456	460	464	468	472	476	480	484	484

Proyección de la demanda Año 2

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
MODALIDAD GRUPAL	336	339	342	345	348	351	355	359	363	367	371	375	375
MODALIDAD PERSONALIZADA	112	113	114	115	116	117	118	119	120	121	122	123	123
MODALIDAD DE TALLER	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
TOTAL	488	492	496	500	504	508	513	518	523	528	533	538	538

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO

2024

Proyección de la demanda Año 3

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
MODALIDAD GRUPAL	379	383	387	391	395	399	403	407	411	415	419	423	423
MODALIDAD PERSONALIZADA	124	125	126	127	128	129	130	131	132	133	134	135	135
MODALIDAD DE TALLER	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
TOTAL	543	548	553	558	563	568	573	578	583	588	593	598	598

Proyección de la demanda Año 4

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
MODALIDAD GRUPAL	427	431	435	439	443	447	451	456	461	466	471	476	476
MODALIDAD PERSONALIZADA	136	137	138	139	140	141	142	143	144	145	146	147	147
MODALIDAD DE TALLER	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
TOTAL	603	608	613	618	623	628	633	639	645	651	657	663	663

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO

2024

Proyección de la demanda Año 5

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
MODALIDAD GRUPAL	481	486	491	496	501	506	511	516	521	526	531	536	536
MODALIDAD PERSONALIZADA	148	149	150	152	154	156	158	160	162	164	166	168	168
MODALIDAD DE TALLER	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
TOTAL	669	675	681	688	695	702	709	716	723	730	737	744	744

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO

2024

Anexo 7 Proyección de Gastos

10 Proyección de gastos

año 1

Gastos operacionales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total año 1
Sueldos	3.204,82	3.204,82	3.204,82	3.204,82	3.204,82	3.204,82	3.204,82	3.204,82	3.204,82	3.204,82	3.204,82	3.204,82	38.457,83
Alquiler	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	1.680,00
Limpieza													-
Servicios básicos	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00
Seguridad													-
Publicidad	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	660,00
Capacitación													-
Permisos funcionamiento													-
Movilización	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	540,00
Suministros oficina	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	240,00
Comisiones	59,00	59,55	60,10	60,65	61,20	61,75	62,30	62,85	63,40	63,95	64,50	65,05	744,30
Total	3.598,82	3.599,37	3.599,92	3.600,47	3.601,02	3.601,57	3.552,12	3.552,67	3.553,22	3.553,77	3.554,32	3.554,87	42.922,13

Alex Vladimir Meza Cabezas

131

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO

2024

Proyección de gastos año 2

Gastos Operacionales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Año 2
Sueldos	3.583,43	3.583,43	3.583,43	3.583,43	3.583,43	3.583,43	3.583,43	3.583,43	3.583,43	3.583,43	3.583,43	3.583,43	43.001,21
Alquiler	154,00	154,00	154,00	154,00	154,00	154,00	154,00	154,00	154,00	154,00	154,00	154,00	1.848,00
Limpieza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Servicios Básicos Seguridad	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	660,00
Publicidad	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Capacitación	88,00	88,00	88,00	88,00	88,00	88,00	33,00	33,00	33,00	33,00	33,00	33,00	726,00
Permisos Funcionamiento Movilización	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suministros De Oficina Comisiones	49,50	49,50	49,50	49,50	49,50	49,50	49,50	49,50	49,50	49,50	49,50	49,50	594,00
	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	264,00
	68,88	69,46	70,04	70,61	71,19	71,77	72,50	73,24	73,97	74,71	75,44	76,18	867,98
Total	4.020,81	4.021,39	4.021,97	4.022,55	4.023,12	4.023,70	3.969,44	3.970,17	3.970,91	3.971,64	3.972,38	3.973,11	47.961,19

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO

2024

Proyección de gastos año 3

Gastos Operacionales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Año 3
Sueldos	3.762,61	3.762,61	3.762,61	3.762,61	3.762,61	3.762,61	3.762,61	3.762,61	3.762,61	3.762,61	3.762,61	3.762,61	45.151,27
Alquiler	169,40	169,40	169,40	169,40	169,40	169,40	169,40	169,40	169,40	169,40	169,40	169,40	2.032,80
Limpieza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Servicios Básicos	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	726,00
Seguridad	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Publicidad	96,80	96,80	96,80	96,80	96,80	96,80	36,30	36,30	36,30	36,30	36,30	36,30	798,60
Capacitación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Permisos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Funcionamiento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Movilización	54,45	54,45	54,45	54,45	54,45	54,45	54,45	54,45	54,45	54,45	54,45	54,45	653,40
Suministros	24,20	24,20	24,20	24,20	24,20	24,20	24,20	24,20	24,20	24,20	24,20	24,20	290,40
Oficina	75,77	76,40	77,04	77,67	78,31	78,94	79,75	80,56	81,37	82,18	82,99	83,80	954,78
Comisiones													
Total	4.243,72	4.244,36	4.244,99	4.245,63	4.246,26	4.246,90	4.187,21	4.188,02	4.188,83	4.189,63	4.190,44	4.191,25	50.607,25

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO

2024

Proyección de gastos año 4

Gastos Operacionales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Año 4
Sueldos	3.950,74	3.950,74	3.950,74	3.950,74	3.950,74	3.950,74	3.950,74	3.950,74	3.950,74	3.950,74	3.950,74	3.950,74	47.408,83
Alquiler	186,34	186,34	186,34	186,34	186,34	186,34	186,34	186,34	186,34	186,34	186,34	186,34	2.236,08
Limpieza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Servicios Básicos	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	798,60
Seguridad	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Publicidad	106,48	106,48	106,48	106,48	106,48	106,48	39,93	39,93	39,93	39,93	39,93	39,93	878,46
Capacitación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Permisos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Funcionamiento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Movilización	59,90	59,90	59,90	59,90	59,90	59,90	59,90	59,90	59,90	59,90	59,90	59,90	718,74
Suministros De	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	319,44
Oficina	83,34	84,04	84,74	85,44	86,14	86,84	87,73	88,62	89,51	90,40	91,29	92,17	1.050,26
Comisiones													
Total	4.479,97	4.480,66	4.481,36	4.482,06	4.482,76	4.483,46	4.417,80	4.418,69	4.419,58	4.420,47	4.421,36	4.422,25	53.410,41

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO

2024

Proyección de gastos año 5

Gastos Operacionales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Año 5
Sueldos	4.148,27	4.148,27	4.148,27	4.148,27	4.148,27	4.148,27	4.148,27	4.148,27	4.148,27	4.148,27	4.148,27	4.148,27	49.779,27
Alquiler	204,97	204,97	204,97	204,97	204,97	204,97	204,97	204,97	204,97	204,97	204,97	204,97	2.459,69
Limpieza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Servicios Básicos	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	878,46
Seguridad	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Publicidad	117,13	117,13	117,13	117,13	117,13	117,13	43,92	43,92	43,92	43,92	43,92	43,92	966,31
Capacitación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Permisos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Funcionamiento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Movilización	65,88	65,88	65,88	65,88	65,88	65,88	65,88	65,88	65,88	65,88	65,88	65,88	790,61
Suministros De Oficina	29,28	29,28	29,28	29,28	29,28	29,28	29,28	29,28	29,28	29,28	29,28	29,28	351,38
Comisiones	91,68	92,45	93,22	93,99	94,75	95,52	96,50	97,48	98,46	99,44	100,41	101,39	1.155,28
Total	4.730,43	4.731,19	4.731,96	4.732,73	4.733,50	4.734,27	4.662,04	4.663,02	4.664,00	4.664,98	4.665,96	4.666,93	56.381,01

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

11 Bibliografía

Carlos Jaspe Universidad de Carabobo, Venezuela La aplicación de pausas activas como estrategia preventiva de la fatiga / Artículo origina

Referencias

Barquín (2000) ergonomía. Recuperado de [http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/2572/lrossodivita.pdf?Se](http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/2572/lrossodivita.pdf?Seque) que

Bonilla f. (2012). El sedentarismo. Andalucía: edición delfín Galiano

Cabrera, I. (2011) condición disergonómica. Recuperado de: <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/2583/%c3%81hern%c3%a1ndez.pdf?Sequence=1>. Consulta 2018, abril 05

Castro, c., y Munera, v. (2011) beneficios de las pausas activas. Bogotá, grupo editorial norma

Chiavenato, (2009). Definición de evaluación de desempeño laboral. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos101/consideraciones-acerca-evaluacion-del-desempeno-laboral/consideraciones-acerca-evaluacion-del-desempeno-laboral.html>

González, p. (2013). Pausas activas en el trabajo: ejercicios físicos y mentales que energizan. Chile: universidad mayor Sochergo

Norma venezolana covenin 2742, (1998). Condiciones ergonómicas en los puestos de trabajo en terminales con pantalla catódicas de datos. Aprobada en reunión n° 149. Noviembre 12,1997

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Organización mundial de la salud (2018). Inactividad física: un problema de salud pública mundial. Recuperado de http://www.who.int/dietphysicalactivity/factsheet_inactivity/es/

Real academia española (2011). Definición de sedentarismo. Recuperado de <http://dle.rae.es/?W=diccionario&origen=redle>. Consulta: 2018, marzo 25

Robles, I. (2012). Origen de las pausas activas. Recuperado de <https://es.slideshare.net/julietayeya/pausas-activas-14973498>

Vidal, J. (2010). Fatiga física y mental. Recuperado de www.uv.es/sfpenlinia/cas/323fatiga_mental.html.

Vélez, H. (2011). Tiempo y lugares en los que se deben realizar las pausas activas laborales. Dificultades para implementar las pausas activas. Universidad de las Américas. Recuperado de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7771/1/ups-ct004632.pdf>

Gómez-bruton A, Matute-Llorente A, Julián-almárcegui C, et al. Efectos de un programa de pausas activas sobre la salud física y mental de los trabajadores de una empresa: un estudio piloto. Revista internacional de medicina y ciencias de la actividad física y del deporte. 2016;16(62):101-118.

Enoc Valentín González Palacio Universidad de Antioquia Efectos de un programa de pausas activas sobre la percepción de desórdenes musculoesqueléticos en trabajadores de la Universidad de Antioquia (2018)

Aburto-Carvajal CE, Salas-Buendía MG, Díaz Suárez A. Efectos de las pausas activas en el bienestar laboral de los trabajadores: una revisión sistemática. Revista de salud pública y nutrición. 2018;18(1): e27.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO, A PARTIR DEL AÑO 2024

Rincón-mora b, rodríguez-guzmán j. Impacto de las pausas activas en la prevención de trastornos musculoesqueléticos en trabajadores de oficina. Ciencia y trabajo. 2020;22(69):83-88.

León-ortiz a, peralta-molina m, lópez-orozco ja, et al. Efectividad de las pausas activas en la reducción del sedentarismo y la mejora del bienestar en trabajadores de oficina. Revista de la universidad industrial de santander, salud. 2018;50(3):234-24