

FITNESS LIFE

JHEFERSON STIVEN BERNAL MESA

KEVIN STID CELIS PARDO

Estudiantes

DIEGO FERNANDO AVILA TAMAYO

Docente

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

OPCION DE GRADO I

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

BOGOTA D.C 2017

1. JUSTIFICACIÓN

La industria del fitness es el sector del mercado que en la actualidad está tomando más fuerza a nivel mundial, es por esta razón que hemos decidido incursionar en este sector con el punto diferenciador de que nuestro producto está diseñado para las personas que cuentan con poco tiempo para practicar deporte tanto jóvenes como adultos mayores.

Se aplicaron encuestas a los posibles futuros clientes para identificar la viabilidad que tiene el proyecto como idea de negocio en donde confirmamos las oportunidades que tiene el producto ofrecido.

2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACIÓN DE CLIENTES

2.1 Identificación de las necesidades del Stakeholders:

Esta idea surge de la necesidad que tienen las personas de mejorar su estado de salud, pero que por falta de tiempo, o por vergüenza descuidan, por lo cual hemos diseñado un programa que podrán adquirir estas personas en el cual los servicios de entrenamiento y nutrición son propios de nosotros ofreciendo con ello una experiencia innovadora. La falta de actividad física puede causar graves complicaciones a nuestra salud como lo pueden ser problemas cardiacos, diabetes, sobrepeso entre otros, nuestro programa cuenta con un instructivos en vídeos que seguirán las personas para activar sus fibras musculares y con ello activar una mejor circulación para su corazón, además cuenta con servicios de medición de niveles de grasa corporal y masa muscular para identificar la necesidad de cada persona y con ello la alimentación o nutrición requerida para cada usuario. Por lo cual satisface la necesidad de un entrenamiento altamente efectivo para personas que cuentan con poco tiempo.

2.2 IDENTIFICACION DE BENEFICIOS Y ESPECTATIVAS

La principal razón por la que queremos suplir esta necesidad es porque sentimos un compromiso con las personas y sabemos lo importante que es el deporte y una sana alimentación para evitar problemas en la salud a largo o corto plazo.

LOS BENEFICIOS SON

ACTIVIDAD FISICA:

- -Aumento en flujo sanguíneo con ello prevención de ataques al corazón.
- -reducción en niveles de gases trans las cuales son dañinas para el organismo
- -mejora en el estado de animo
- -mayor habilidad cerebral y corporal
- -mejor resistencia en situaciones extremas

NUTRICION Y SUPLEMENTACION:

- Mejor el transito intestinal
- Estabilidad en la energía del cuerpo de forma permanente.
- Controla el peso adecuado de las personas
- Ofrece un aspecto de piel mas saludable y joven
- Además la suplementación sirve como refuerzo cuando no es posible consumir la comida requerida del día.

INDICADORES

- En un periodo de 2 años ser el aliado y el preferido por las personas para el cuidado de la salud por medio del deporte y la buena alimentación.
- En un tiempo estimado de 1 año lograr el posicionamiento de la marca por medio de estrategias publicitarias.

2.3 IDENTIFICACION DE SOLUCIONES ACTUALES

Fitplan.	Aplicación para móvil rutinas de ejercicio
Retofit 30 días.	Aplicación para móvil rutinas de ejercicio
Runtastic.	Aplicación para móvil contador de calorías
Fitness meal.	Aplicación para móvil información nutricional
Dieta y fitness.	Aplicación para móvil información nutricional y ejercicios

El principal canal de distribución por el cual se ofrecen las actuales soluciones es por medio de dispositivos móviles y sus respectivas tiendas virtuales ya sea app store o play store.

La razón por la cual estas marcas o aplicaciones han logrado posicionarse en el mercado fitness es por facilidad de acceso a estas además ofrecen un periodo de prueba gratuito y sierras de estas cuentan con publicidad de deportistas de la industria fitness lo que las vuelve marcas reconocidas.

2.4 ANALISIS DE INCONFORMIDADES, FRUSTACIONES Y LIMITACIONES.

Uno de los puntos que nos parece frustrante respecto a las soluciones actuales es que estos programas o aplicaciones no son específicos para cada persona causando con ello en algunos casos graves complicaciones de salud tanto alimenticias como fracturas por realización de ejercicios inadecuados

Las imconformofaded que encontramos respectó a la solución actual es que prometen demasiado en comparación a lo que cumplen, estas aplicaciones vienen con los mismos ejercicios básicos para la actividad física pero es bien sabido que todas las personas requerimos un plan de trabajo propio, ademas de esto la mayoría de estas aplicaciones no cuentan con un apoyo nutricional y las que lo tienen únicamente de basan consejos y no una en una dieta para cada persona como tal.

Otro aspecto respecto a la solución actual es que esta cuenta con un campo bastante amplio ya que se centra con la tecnología con la qué a diario contamos las personas, los teléfonos celulares hoy en día son casi que un requisito en la sociedad. Otorgándole así bastante oportunidad de que las personas la conozcan. Pero esto también es una desventaja ya que nos brinda a nosotros o demás competencia que surga todo el conocimiento y características de la aplicación volviéndose este un pinto débil ante programas nuevos.

Como último aspecto creemos que la solución actual es algo pobre ya que como mencionamos al principio de este punto no cuenta con los requerimientos necesarios o adecuados para cada usuario provocando inconformidad en algunos usuarios.

2.5 MERCADO

El primer sector en el cual vamos a posicionar nuestra marca es en la ciudad de bogota especialmente enfocándonos hacia el sector empresarial donde se comprenden personas de entre 18 a 50 años de edad hombres y mujeres sin discriminación de etnia, raza horientacion sexual, preferencia política o religión.

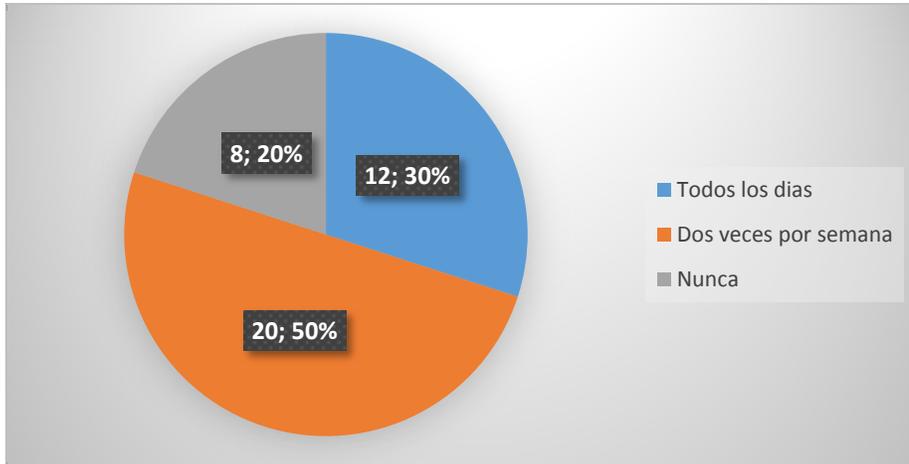
3. VALIDACIÓN DE MERCADO

3.1 ENCUESTA

La estrategia de investigación que hemos decido tomar para la recolección de información sobre las necesidades de nuestros clientes ha sido la encuesta:

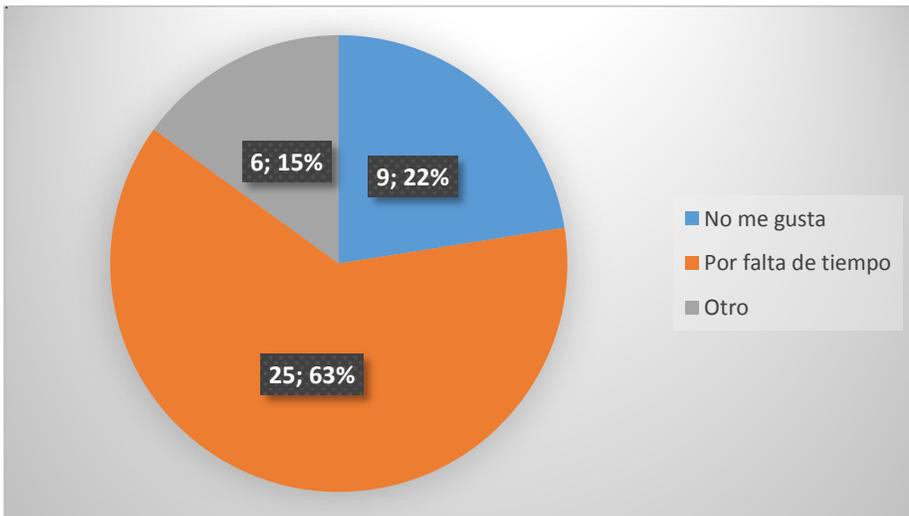
1. ¿Con que frecuencia usted practica deporte?

Descriptor	Frecuencia
Todos los días	12
Dos veces por semana	20
Nunca	8



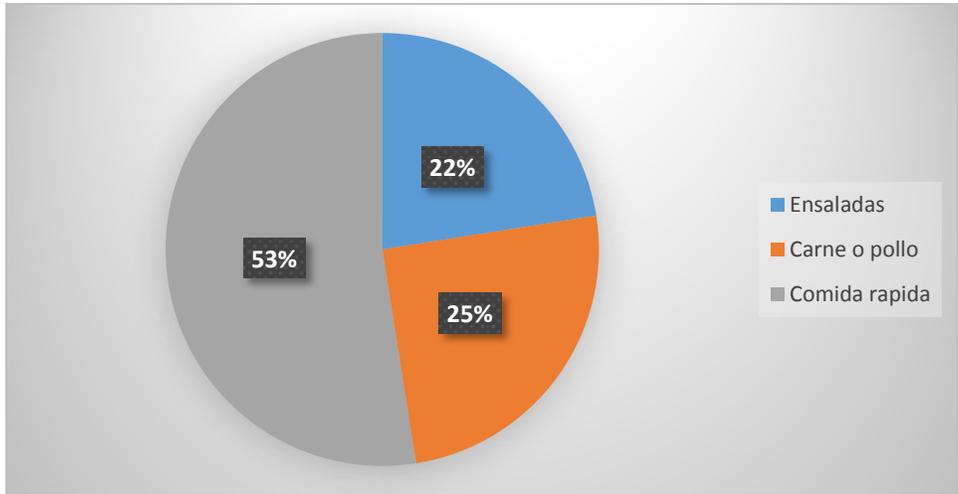
2. ¿De las siguiente razones porque no practica deportea diario ?

Descriptor	Frecuencia
No me gusta	9
Por falta de tiempo	25
Otro	6



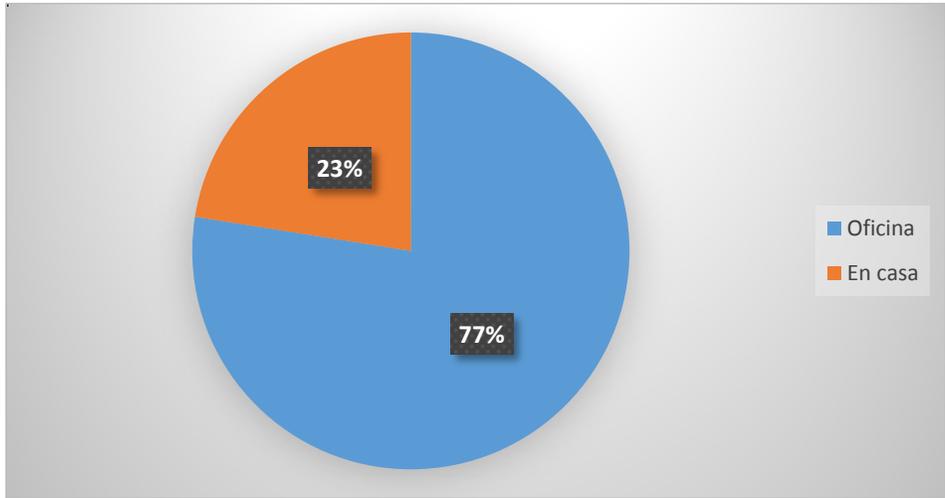
3. ¿Que alimento consume mas?

Descriptor	Frecuencia
Ensaladas	9
Carne o pollo	10
Comida rápida	21



4. ¿Donde pasa la mayor parte del tiempo ?

Descriptor	Frecuencia
Oficina(trabajo)	31
En casa	9



5. ¿Cua to estaría dispuesto a pagar por un plan de entrenamiento?

Descriptor	Frecuencia
Entre 80.000 y 120.000	15
Entre 130.000 y 180.000	13
Entre 190.000 y 250.000	12

4. PROTOTIPO



4.1 DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO

Es un producto diseñado para personas de empresas que no cuentan con tiempo, disciplina, conocimiento en cultura deportiva o fitness dadas sus actividades diarias. Por lo tanto no acceden a un centro de acondicionamiento físico, desconociendo sus beneficios en salud y calidad de vida.

Se basa en una recopilación de información sobre los diferentes ejercicios, que nos ayudaran tanto a relajarnos y distraernos un poco de nuestras ocupaciones diarias como a mejorar notablemente nuestra salud. Contamos además del material que va por niveles, con una variedad de suplementos que nos ayudaran a mejorar nuestro cuerpo con mayor rapidez, estos productos son proporcionados por la empresa Megaplex, donde podemos encontrar una variedad de productos que funcionaran para cualquier tipo de persona (contextura) y para cualquier propósito que se tenga (bajar de peso, tonificar, aumentar masa muscular, entre otros). Nuestro producto cuenta además con diferentes convenios con gimnasios que nos proporcionaran una mejor experiencia y avance. Contamos con una tabla nutricional de acuerdo a cada necesidad, además de una tabla de avance donde nuestros clientes podrán identificar su avance de forma mensual y así rectificar que se está cumpliendo con el objetivo. Nuestra diferencia con otras entidades es que nosotros ofrecemos la parte nutricional tanto en productos como en guía de alimentación además de ofrecer mejores precios debido a nuestros convenios con gimnasios y con la empresa Megaplex.

CARACTERISTICA DEL PRODUCTO

- VALORACIÓN FISICA
 - Calculo de Índice de IMC (Resultados)
 - Calculo de % Grasa Corporal (Resultados)
- PROGRAMA NUTRICIONAL PERSONALIZADO

- Dieta Alimentaria (Cronograma)
- Suplemento Nutricional (Producto)
- PLAN DE ACONDICIONAMIENTO FISICO
 - Rutina de ejercicios (Guía Videos)
 - Ficha de Seguimiento de evolución

4.2 FICHA TÉCNICA

Nombre del producto:	Fitness life
Lugar de elaboración	Este producto se elabora en uno de los gimnasios con los que tenemos convenio y en las oficinas de Lider Global. <ul style="list-style-type: none"> - Bogota – Colombia
Composición del producto	Valoración física Programa nutricional personalizado Plan de acondicionamiento físico Suplemento nutricional
Composición del producto	USB o pagina web Tabla nutricional Suplementos nutricionales (Bi-pro, creatine power, lite, ...)

5. MATRIZ ESTRATEGICA I

5.1 identidad estratégica

Ser una empresa reconocida en el mercado del fitness enfocada en mejorar la cultura y la calidad de vida de cada uno de los empleados de las diferentes empresas a nivel nacional e internacional que no tienen el suficiente tiempo para ir a un gimnasio e incluso tener un entrenador personal, lo haremos por medio de los diferentes recursos que nos ofrece el mundo actual como lo son las páginas web, las aplicaciones para smartphones y por medios magnéticos (USB).

5.2 FUTURO PREFERIDO

Para el año 2022 ser una empresa reconocida a nivel nacional e internacional en el cambio de vida y de cultura empresarial en personas con poco tiempo debido a sus ocupaciones e impactar a un 60% de las empresas a nivel nacional.

5.3 OBJETIVO GENERAL

Generar dividendos o ganancias por medio de la comercialización del producto FITNNES LIFE, en el personal de las empresas interesados en iniciar un estilo de vida fitness por medio del acondicionamiento físico y programa nutricional ofrecido, generando una cultura y condición de vida saludable a nuestros clientes.

5.4 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Ser una empresa reconocida por ofrecer productos de calidad y mejorar las condiciones laborales de sus clientes, creando la conciencia de salud propia como un estilo de vida y así mejorar su desempeño laboral dentro de la empresa.
- Brindar a los clientes satisfacción, ofreciéndoles lo que realmente buscan salud y belleza física, con la finalidad de marcar tendencia, creando una seguridad de sí mismos y así poder llevar un estilo de vida mejor.
- Incentivar a las personas a que practiquen el deporte, de una forma más fácil y en la comodidad de sus hogares o donde quieran hacerlo por medio de nuestras diversas plataformas y recursos que les ofrecemos.

5.5 VALORES

- Confianza: cumplimos con lo que prometemos a nuestros clientes
- Lealtad: Tenemos un sentido de compromiso alto con la empresa buscando siempre hacerla mejor.
- Trabajo en equipo: mediante el trabajo en equipo todos contribuimos al logro de nuestra metas
- Respeto: valoramos la opinión de los demás y los escuchamos sin juzgar a nadie tanto en relaciones laborales, interpersonales, hasta comerciales.

6. CONCLUSIONES

- Pudimos observar que el tiempo de las personas es muy limitado pero al mismo tiempo quieren gozar buena salud y belleza física por lo tanto se ve muy factible el desarrollo de este negocio.
- Tenemos un porcentaje de viabilidad de un 75% gracias al crecimiento que ha venido teniendo el fitness en el mundo.

7. BIBLIOGRAFIA

- (LA OBESIDAD COMO PANDEMIA DEL SIGLO XXI)
http://teleiberoamerica.com/publicaciones/La_Obesidad_como_pandemia.pdf
- (DEFINICION Y CLASIFICACION DE LA OBESIDAD)
http://www.clc.cl/Dev_CLC/media/Imagenes/PDF%20revista%20m%C3%A9dica/2012/2%20marzo/Dr_Moreno-4.pdf
- (EL MERCADEO EN EL FITNESS) <http://viref.udea.edu.co/contenido/pdf/143-mercadeo.pdf>
- (IMPORTANCIA DE UNA BUENA ALIMENTACIÓN)
<http://www.solidarityperu.org/ponenciasalud.pdf>

