



Mi Universidad

PROYECTO FINAL

Nombre del Alumno: Hannya Eunice Dominguez Santiago

Nombre del tema: Gimnasio FitLab

Parcial: III

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor

Nombre del profesor: Juan Manuel Jaime Diaz

Nombre de la Licenciatura: Enfermería

Cuatrimestre: 9° “B”

Comitán de Dominguez, 05 de julio 2025

INDICE

LOGO	3
ESLOGAN	3
DESCRIPCION DE LA EMPRESA	4
JUSTIFICACIÓN DE FITLAB	5
MISION Y VISION DE LA EMPRESA	6
VALORES DE FITLAB	7
ANÁLISIS FODA	8
OBJETIVOS	11
UBICACIÓN.....	13
SEGMENTO DEL MERCADO.....	14
CONSUMO MENSUAL APARENTE	15
CONCLUSIONES (PREGUNTAS, GRAFICAS Y CONCLUSION)	16
ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA (ORGANIGRAMA)	20
BIBLIOGRAFÍA.....	22

LOGO



ESLOGAN

“Cada cuerpo, una formula unica”

DESCRIPCION DE LA EMPRESA

FITLAB ES UN GIMNASIO DE ÚLTIMA GENERACIÓN DISEÑADO PARA OFRECERTE UNA EXPERIENCIA DE ENTRENAMIENTO ÚNICA, MODERNA Y EFECTIVA. MAS QUE UN GIMNASIO, SOMOS UN LABORATORIO DE TRANSFORMACIÓN FÍSICA Y MENTAL, DONDE CADA RUTINA, CADA ESPACIO Y CADA SERVICIO ESTÁ PENSADO PARA AYUDARTE A ALCANZAR TU MEJOR VERSIÓN.

¿QUÉ ENCONTRARÁS EN FITLAB?

ÁREAS DE ENTRETENIMIENTO ESPECIALIZADAS: ZONA DE PESAS LIBRES, MÁQUINAS DE FUERZA, CARDIO Y ÁREAS FUNCIONALES CON ULTIMA TECNOLOGIA SALAS BOUTIQUE: CLASES GRUPALES DE SPINNING, YOGA, PILATES. ENTRENAMIENTO PERSONALIZADO: CON ENTRENADORES CERTIFICADOS QUE DISEÑAN PLANES A MEDIDA SEGÚN TUS OBJETIVOS. VESTIDORES PREMIUM: CON LOCKERS SEGUROS, DUCHAS MODERNAS, ARTÍCULOS DE ASEO PERSONAL Y SECADORAS. UN FITBAR: CON SNACKS SALUDABLES, SMOOTHIES, SUPLEMENTOS Y ASESORAMIENTO NUTRICIONAL.

¿QUÉ OFRECEMOS?

MEMBRESÍAS FLEXIBLES Y SIN COMPLICACIONES APP FITLAB PARA RESERVAR CLASES, SEGUIR TU PROGRESO Y CONECTARTE CON LA COMUNIDAD FITLAB EVENTOS, RETOS MENSUALES PARA MANTENERTE MOTIVADO AMBIENTE INCLUSIVO, MODERNO Y SEGURO PARA TODOS LOS NIVELES DE CONDICIÓN FÍSICA.

JUSTIFICACIÓN DE FITLAB

FITLAB SURGE COMO UNA PROPUESTA INNOVADORA QUE FUSIONA DOS MUNDOS ESENCIALES PARA EL BIENESTAR INTEGRAL: EL EJERCICIO FÍSICO Y LA CIENCIA. EN UNA SOCIEDAD CADA VEZ MÁS CONSCIENTE DE LA IMPORTANCIA DE LA SALUD PREVENTIVA, FITLAB SE POSICIONA COMO UN ESPACIO DONDE EL ENTRENAMIENTO NO SOLO BUSCA LA MEJORA ESTÉTICA, SINO QUE SE BASA EN FUNDAMENTOS CIENTÍFICOS PARA OPTIMIZAR EL RENDIMIENTO, LA RECUPERACIÓN Y LA SALUD GENERAL DEL INDIVIDUO.

EL NOMBRE "FITLAB" NO ES CASUALIDAD; REPRESENTA LA VISIÓN DE UN GIMNASIO QUE OPERA COMO UN VERDADERO LABORATORIO DEL FITNESS, DONDE CADA RUTINA, CADA PLAN DE ALIMENTACIÓN Y CADA EVALUACIÓN CORPORAL SE FUNDAMENTA EN PRINCIPIOS DE LA FISIOLOGÍA, LA NUTRICIÓN Y LA BIOMECÁNICA. ESTO NOS PERMITE OFRECER PROGRAMAS PERSONALIZADOS, MEDIBLES Y ADAPTADOS A LAS NECESIDADES ESPECÍFICAS DE CADA PERSONA, MAXIMIZANDO RESULTADOS DE MANERA SEGURA Y EFICIENTE.

MISION Y VISION DE LA EMPRESA

MISIÓN:

EN FITLAB, NUESTRA MISIÓN ES TRANSFORMAR VIDAS A TRAVÉS DEL FITNESS, BRINDANDO UN ESPACIO INNOVADOR, INCLUSIVO Y MOTIVADOR DONDE CADA PERSONA PUEDE ALCANZAR SU MEJOR VERSIÓN. NOS COMPROMETEMOS A OFRECER SERVICIOS DE ALTA CALIDAD, TECNOLOGIA DE VANGUARDIA Y UN EQUIPO PROFESIONAL APASIONADO POR EL BIENESTAR INTEGRAL DE NUESTROS MIEMBROS.

VISIÓN

SER EL GIMNASIO LÍDER DE LA REGIÓN, RECONOCIDO POR PROMOVER UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE, INSPIRAR A NUESTRA COMUNIDAD Y MARCAR LA DIFERENCIA EN LA FORMA EN QUE LAS PERSONAS SE CONECTAN CON EL EJERCICIO Y EL BIENESTAR, INTEGRANDO CIENCIA, TECNOLOGIA Y PASIÓN POR EL FITNESS.

VALORES DE FITLAB

- COMPROMISO CON EL BIENESTAR
- INNOVACIÓN
- INCLUSIÓN Y RESPETO
- PASIÓN POR EL FITNESS
- DISCIPLINA Y SUPERACIÓN
- TRABAJO EN EQUIPO
- RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL

ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS

- ENFOQUE INNOVADOR: COMBINA FITNESS CON CIENCIA, LO CUAL LO DIFERENCIA DEL RESTO DE LOS GIMNASIOS CONVENCIONALES.
- SERVICIOS PERSONALIZADOS: PROGRAMAS DE ENTRENAMIENTO Y NUTRICIÓN BASADOS EN DATOS, ANÁLISIS CORPORALES Y EVALUACIÓN CONSTANTE.
- EQUIPO MULTIDISCIPLINARIO: CUENTA CON ENTRENADORES, NUTRIÓLOGOS Y ESPECIALISTAS QUE APLICAN PRINCIPIOS CIENTÍFICOS EN EL ACONDICIONAMIENTO FÍSICO.
- TECNOLOGÍA AVANZADA: UTILIZA HERRAMIENTAS MODERNAS DE MONITOREO CORPORAL, ANÁLISIS DE COMPOSICIÓN, Y SEGUIMIENTO DIGITAL DE PROGRESOS.
- IMAGEN DE MARCA CREATIVA: NOMBRE ATRACTIVO Y LOGO DISTINTIVO QUE FACILITA EL POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO.

OPORTUNIDADES

- CRECIENTE INTERÉS POR EL BIENESTAR INTEGRAL: LA POBLACIÓN CADA VEZ BUSCA MÁS SERVICIOS QUE INTEGREN SALUD, CIENCIA Y EJERCICIO.
- ALIANZAS CON LABORATORIOS O CENTROS MÉDICOS: POSIBILIDAD DE OFRECER ANÁLISIS CLÍNICOS, ESTUDIOS METABÓLICOS O PRUEBAS DE RENDIMIENTO.
- EXPANSIÓN DIGITAL: DESARROLLO DE UNA APP O PLATAFORMA ONLINE PARA ENTRENAMIENTOS A DISTANCIA Y SEGUIMIENTO EN TIEMPO REAL.

- PROGRAMAS EMPRESARIALES: PROMOCIÓN DE SERVICIOS A EMPRESAS PARA MEJORAR LA SALUD DE SUS TRABAJADORES (WELLNESS CORPORATIVO).
- PARTICIPACIÓN EN FERIAS DE SALUD Y CIENCIA DEL DEPORTE: VISIBILIDAD Y NETWORKING CON EXPERTOS Y PÚBLICO OBJETIVO.

DEBILIDADES

- ALTO COSTO OPERATIVO: LA IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍA CIENTÍFICA Y PERSONAL ESPECIALIZADO IMPLICA UNA INVERSIÓN ELEVADA.
- DESCONOCIMIENTO DEL CONCEPTO POR PARTE DEL PÚBLICO: AL SER UN MODELO NUEVO, PUEDE REQUERIR MÁS ESFUERZO EN MARKETING Y EDUCACIÓN.
- DEPENDENCIA DE PROFESIONALES CALIFICADOS: REQUIERE CONTRATAR Y MANTENER TALENTO CON FORMACIÓN ESPECIALIZADA, LO QUE PUEDE SER COSTOSO.
- SEGMENTACIÓN LIMITADA: PUEDE NO ATRAER A USUARIOS QUE BUSCAN RUTINAS MÁS SIMPLES O ECONÓMICAS.

AMENAZAS

- ALTA COMPETENCIA EN EL MERCADO FITNESS: EXISTEN MUCHOS GIMNASIOS CON PRECIOS BAJOS Y SERVICIOS BÁSICOS QUE PODRÍAN CAPTAR A MÁS PÚBLICO.
- CAMBIO EN TENDENCIAS DE ENTRENAMIENTO: NUEVAS MODAS COMO EL ENTRENAMIENTO EN CASA, CLASES VIRTUALES O RUTINAS EXPRÉS PODRÍAN DESVIAR A ALGUNOS CLIENTES.
- CRISIS ECONÓMICAS: LA INVERSIÓN EN UN GIMNASIO CON SERVICIOS ESPECIALIZADOS PODRÍA NO SER UNA PRIORIDAD PARA MUCHAS PERSONAS EN TIEMPOS DIFÍCILES.

- PROBLEMAS DE RETENCIÓN: SI NO SE DEMUESTRA EL VALOR DEL ENFOQUE CIENTÍFICO EN RESULTADOS TANGIBLES, ALGUNOS CLIENTES PODRÍAN ABANDONARLO.

OBJETIVOS

CORTO PLAZO

- POSICIONAR LA MARCA FITLAB EN REDES SOCIALES Y MEDIOS LOCALES MEDIANTE UNA CAMPAÑA DE LANZAMIENTO CREATIVA.
- ATRAER LOS PRIMEROS 100 CLIENTES ACTIVOS MEDIANTE PROMOCIONES Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS.
- IMPLEMENTAR PROTOCOLOS DE EVALUACIÓN INICIAL BASADOS EN MEDICIONES CIENTÍFICAS (BIOIMPEDANCIA, PRUEBAS FÍSICAS, ETC.).
- CAPACITAR AL PERSONAL EN EL USO DE TECNOLOGÍAS Y EN LA PROPUESTA CIENTÍFICA DEL GIMNASIO.
- ESTABLECER ALIANZAS CON NUTRIÓLOGOS Y FISIOTERAPEUTAS CERTIFICADOS.

MEDIANO PLAZO

- CONSOLIDAR UNA BASE ESTABLE DE 300–500 CLIENTES ACTIVOS CON PROGRAMAS PERSONALIZADOS.
- DESARROLLAR UNA PLATAFORMA DIGITAL O APP PARA SEGUIMIENTO REMOTO DE ENTRENAMIENTOS Y PLANES NUTRICIONALES.
- INCORPORAR MÁS TECNOLOGÍA (POR EJEMPLO: MONITOREO CARDÍACO, TEST DE FUERZA, VO2MAX).
- AMPLIAR LOS SERVICIOS CON CLASES GRUPALES CIENTÍFICAMENTE ESTRUCTURADAS (HIIT, ENTRENAMIENTO METABÓLICO, ETC.).
- PARTICIPAR EN EVENTOS DE SALUD, CIENCIA DEL DEPORTE O FITNESS PARA DAR A CONOCER EL MODELO FITLAB.

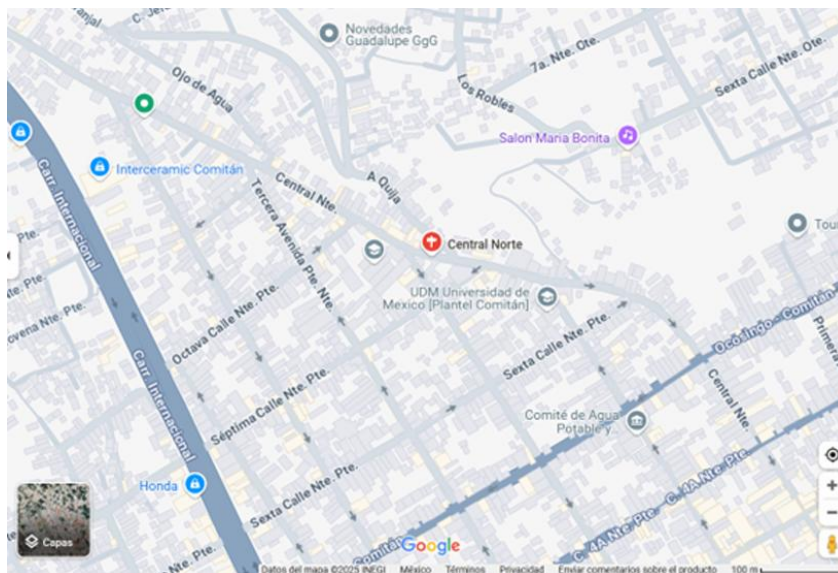
LARGO PLAZO

- EXPANDIR FITLAB CON NUEVAS SUCURSALES O FRANQUICIAS EN OTRAS CIUDADES.

- SER UN REFERENTE NACIONAL EN ENTRENAMIENTO CON BASE CIENTÍFICA.
- CREAR UNA LÍNEA PROPIA DE PRODUCTOS RELACIONADOS CON EL RENDIMIENTO FÍSICO (SUPLEMENTOS, ROPA DEPORTIVA, EQUIPOS).
- ESTABLECER CONVENIOS CON UNIVERSIDADES O CENTROS DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIA DEL EJERCICIO.
- PUBLICAR ESTUDIOS DE CASO O RESULTADOS OBTENIDOS CON USUARIOS PARA VALIDAR CIENTÍFICAMENTE LA METODOLOGÍA FITLAB.

UBICACIÓN

AVENIDA CENTRAL NORTE PONIENTE, BARRIO CRUZ GRANDE, NO #86 A UNOS PASOS DEL SÚPER GMS



PUEDEN VISUALIZAR NUESTRO GIMNASIO A TRAVÉS DE NUESTRA PÁGINA DE IG:



SEGMENTO DEL MERCADO

SEGMENTO DEL MERCADO

EN EL CORTO PLAZO EL SEGMENTO DE MERCADO ELEGIDO ES EL DE LA POBLACION DE COMITÁN DE DOMINGUEZ CUYA EDAD FLUCTÚA ENTRE LOS 15 AÑOS A 59 AÑOS, 29.12% SON HOMBRES Y 33.17% SON MUJERES.

CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO DEL MERCADO

- ADOLESCENTES QUE QUIEREN TRABAJAR EN SU CUERPO
- PERSONAS QUE QUIEREN BAJAR DE PESO
- PERSONAS QUE QUIEREN DESESTRESARSE
- PERSONAS QUE QUIEREN SEGUIR TONIFICANDO SU CUERPO Y POSIBLEMENTE CONVERTIRSE EN FISICOCULTURISTA
- PERSONAS QUE BUSCAN UN ESPACIO MODERNO
- PERSONAS QUE BUSCAN PLAN NUTRICIONAL Y COACH

CONSUMO MENSUAL APARENTE

EL CONSUMO UNITARIO APARENTE (POR CLIENTES) ES DE:

EL NÚMERO DE CLIENTES POTENCIALES ES DE 103,476

- 51,738 PERSONAS LO CONSUMIRÍAN 1 VEZ POR SEMANA
- 50,000 PERSONAS LO CONSUMIRÍAN 2 VECES POR SEMANA
- 1,000 PERSONAS LO CONSUMIRÍAN 1 VEZ AL MES
- 738 PERSONAS LO CONSUMIRÍAN OCASIONALMENTE

EL CONSUMO MENSUAL APARENTE DEL MERCADO ES DE 608,690 PORCIONES INDIVIDUALES.

CONSUMO APARENTE			
1 VEZ POR SEMANA	51,738	4	206,952
2 VECES POR SEMANA	50,000	8	400,000
1 VEZ AL MES	1,000	1	1,000
OCASIONALMENTE	738		738
TOTAL:	103,476		608,690

CONCLUSIONES (PREGUNTAS, GRAFICAS Y CONCLUSION)

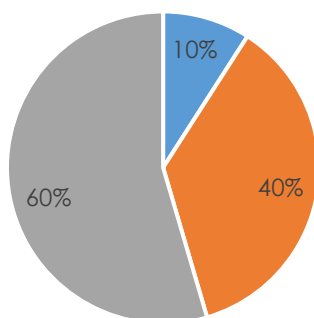
CUESTIONARIO

1. ¿Con qué frecuencia realizas ejercicio físico a la semana?
 - a. 1 vez a la semana
 - b. 2-3 veces por semana
 - c. Todos los días
2. ¿Prefieres ejercitarte en casa, al aire libre o en un gimnasio?
 - a. En casa
 - b. En un gimnasio
3. ¿Qué tipo de ejercicios practicas con mayor regularidad?
 - a. Cardio y fuerza
 - b. Yoga
 - c. Entrenamiento funcional
4. ¿Actualmente estás inscrito/a en algún gimnasio?
 - a. Si
 - b. No
5. ¿Qué aspectos valoras más en un gimnasio moderno?
 - a. Equipos e instructores
 - b. Ambiente y limpieza
 - c. Tecnología
6. ¿Qué opinas sobre los gimnasios que integran tecnología como pantallas táctiles, apps de entrenamiento o realidad virtual?
 - a. Lo considero muy importante
 - b. Importante
 - c. No tan importante
7. ¿Qué tan importante es para ti que el gimnasio ofrezca clases grupales o entrenadores personales?
 - a. Lo considero muy importante
 - b. Importante
 - c. No tan importante
8. ¿Utilizas alguna app o dispositivo para monitorear tu actividad física o progreso en el gimnasio?
 - a. Si
 - b. No

9. ¿Qué tipo de servicios adicionales te gustaría que tuviera un gimnasio moderno?
- a. Nutrición
 - b. Cafetería
 - c. Masajes/Sauna
10. ¿Estarías dispuesto/a pagar más por un gimnasio con instalaciones y tecnología de última generación?
- a. Si
 - b. No

GRAFICAS

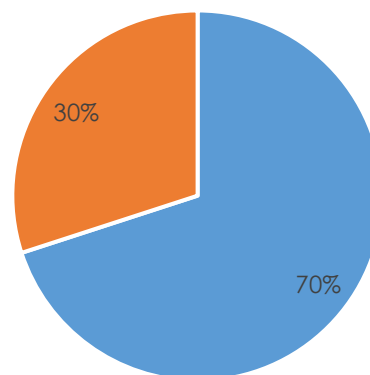
FRECUENCIA EN LA QUE REALIZA EJERCICIO A LA SEMANA



■ 1 VEZ A LA SEMANA ■ 2-3 VECES POR SEMANA
■ TODOS LOS DIAS

En la encuesta realizada sobre la frecuencia en la que realiza ejercicio a la semana se encontró que el 60% realiza ejercicio todos los días, el 40% 2-3 veces por semana y el 10% 1 vez por semana

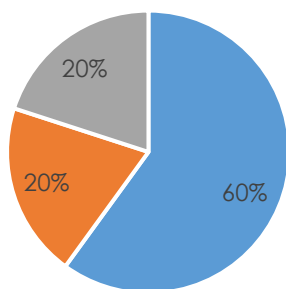
PREFIERE EJERCITARSE EN



■ EN UN GIMNASIO ■ EN CASA

En la encuesta realizada sobre en donde prefiere ejercitarse se encontró que el 70% prefiere ejercitarse en un gimnasio y el 30% prefiere ejercitarse en casa

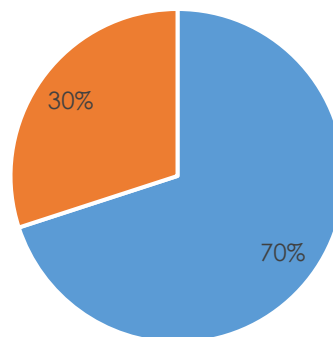
QUE TIPOS DE EJERCICIO PRACTICA MAYORMENTE



- CARDIO Y FUERZA
- YOGA
- ENTRENAMIENTO FUNCIONAL

En la encuesta realizada sobre que tipos de ejercicio practica mayormente se encontró que el 60% realiza cardio y fuerza, el 20% yoga y el otro 20% entrenamiento funcional

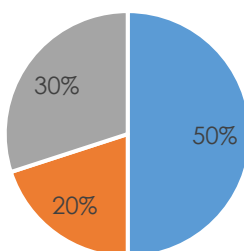
ESTA INSCRITO A ALGUN GIMNASIO



- SI
- NO

En la encuesta realizada sobre si está inscrito a algún gimnasio, el 70% contesto que sí y el 30% contesto que no

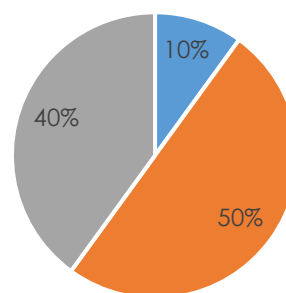
QUE ASPECTOS VALORAS DE UN GIMNASIO MODERNO



- EQUIPOS E INSTRUCTORES
- AMBIENTE Y LIMPIEZA
- TECNOLOGIA

En la encuesta realizada sobre que aspectos valoran de un gimnasio moderno se encontró que el 50% valoran equipos e instructores, el 30% valoran tecnología y el 20% ambiente y limpieza

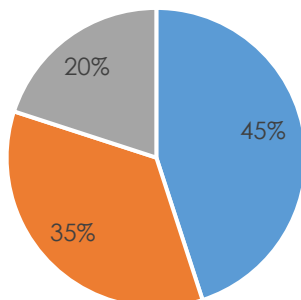
QUE OPINA DE LOS GIMNASIOS QUE INTEGRAN TECNOLOGIA



- MUY IMPORTANTE
- IMPORTANTE
- NO TAN IMPORTANTE

En la encuesta realizada sobre qué aspectos valoran de un gimnasio moderno se encontró que el 50% lo considera importante, el 40% no tan importante y el 10% muy importante

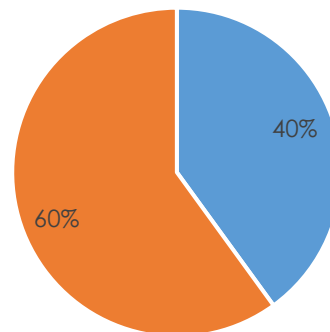
QUE TAN IMPORTANTE ES UN GIMNASIO QUE OFREZCA CLASES GRUPALES



■ MUY IMPORTANTE ■ IMPORTANTE
■ NO TAN IMPORTANTE

En la encuesta realizada sobre que tan importante es que el gimnasio ofrezca clases grupales se encontró que el 45% considera muy importante, el 30% importante y el 20% no tan importante

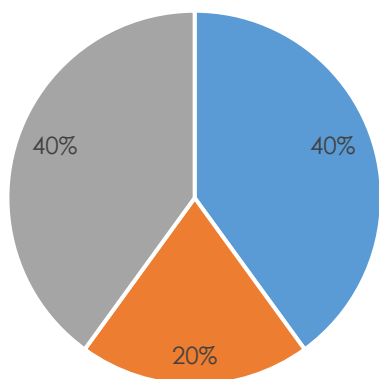
UTILIZA ALGUNA APP O DISPOSITIVO PARA MANTENER SU ACTIVIDAD FISICA



■ SI ■ NO

En la encuesta realizada sobre si utiliza alguna app para mantener su actividad física se encontró que el 60% no utiliza ninguna app y el 40% si utiliza app

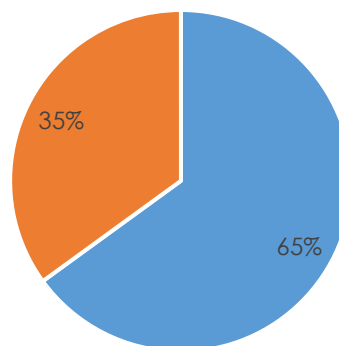
SERVICIOS ADICIONALES EN UN GIMNASIO MODERNO



■ NUTRICION ■ CAFETERIA ■ MASAJES/SAUNA

En la encuesta realizada sobre qué servicios quisiera en el gimnasio se encontró que el 40% quisiera nutrición, el otro 40% masajes/sauna y el 20% cafetería

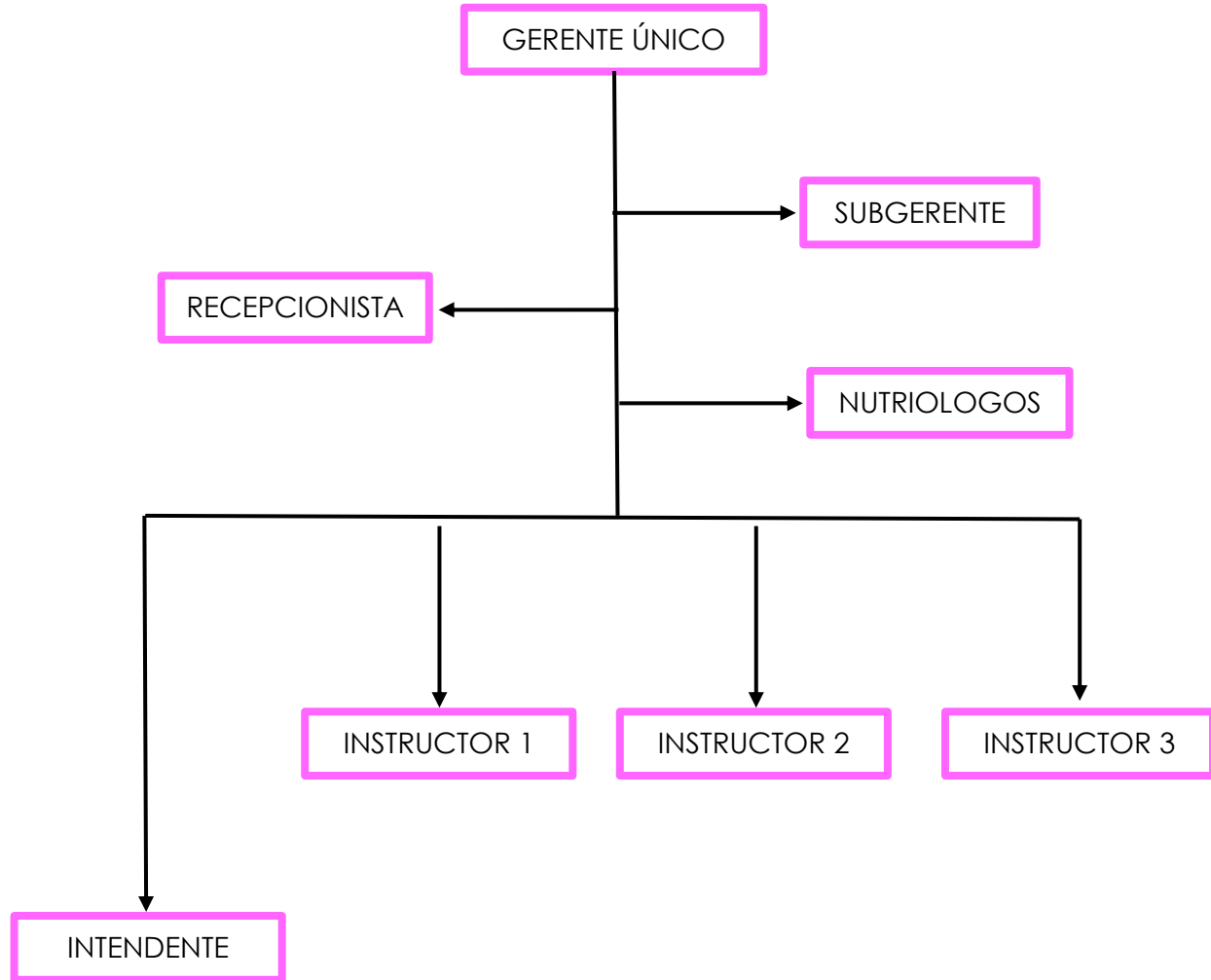
ESTA DISPUESTO A PAGAR MAS POR UN GIMNASIO CON TECNOLOGIA E INSTALACIONES DE ULTIMA GENERACION



■ SI ■ NO

En la encuesta realizada sobre si esta dispuesto a pagar más por un gimnasio de ultima generación se encontró que el 65% si pagaría y el 35% no pagaría mas

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA (ORGANIGRAMA)



FUNCIONES

GERENTE: ES EL PROFESIONAL RESPONSABLE DE DIRIGIR, COORDINAR Y SUPERVISAR TODAS LAS OPERACIONES DENTRO DE UN CENTRO DEPORTIVO O GIMNASIO. SU OBJETIVO PRINCIPAL ES ASEGURAR QUE EL GIMNASIO FUNCIONE DE MANERA EFICIENTE, SEGURA Y RENTABLE, OFRECIENDO UNA EXPERIENCIA POSITIVA A LOS USUARIOS Y UN ENTORNO DE TRABAJO PRODUCTIVO PARA EL PERSONAL.

SUBGERENTE: ES EL ASISTENTE DIRECTO DEL GERENTE GENERAL, Y SU FUNCIÓN PRINCIPAL ES APOYAR EN LA ADMINISTRACIÓN, COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN DE LAS OPERACIONES DIARIAS DEL GIMNASIO. ACTÚA COMO SEGUNDO AL MANDO, Y PUEDE ASUMIR EL LIDERAZGO EN AUSENCIA DEL GERENTE.

RECEPCIONISTA: ES EL PRIMER PUNTO DE CONTACTO ENTRE EL CLIENTE Y EL ESTABLECIMIENTO. SU PAPEL ES FUNDAMENTAL, YA QUE REPRESENTA LA IMAGEN DEL GIMNASIO Y SE ENCARGA DE RECIBIR, ORIENTAR Y BRINDAR ATENCIÓN A LOS SOCIOS Y VISITANTES, ADEMÁS DE REALIZAR DIVERSAS TAREAS ADMINISTRATIVAS BÁSICAS.

NUTRIOLOGO: PROFESIONAL DE LA SALUD ESPECIALIZADO EN NUTRICIÓN QUE TRABAJA EN CONJUNTO CON ENTRENADORES Y OTROS ESPECIALISTAS PARA DISEÑAR PLANES ALIMENTICIOS PERSONALIZADOS QUE MEJOREN EL RENDIMIENTO FÍSICO, APOYEN LA PÉRDIDA O GANANCIA DE PESO, AUMENTEN LA MASA MUSCULAR O PROMUEVAN HÁBITOS SALUDABLES EN LOS SOCIOS DEL GIMNASIO.

INSTRUCTOR: PROFESIONAL DEL ACONDICIONAMIENTO FÍSICO QUE GUÍA, SUPERVISA Y MOTIVA A LOS USUARIOS DURANTE SU ENTRENAMIENTO. SU PRINCIPAL OBJETIVO ES AYUDAR A LAS PERSONAS A MEJORAR SU CONDICIÓN FÍSICA, PREVENIR LESIONES Y ALCANZAR SUS METAS DEPORTIVAS O DE SALUD, MEDIANTE PROGRAMAS DE EJERCICIO ADECUADOS A SUS CAPACIDADES Y NECESIDADES.

INTENDENTE: PERSONAL ENCARGADO DE MANTENER LA LIMPIEZA, EL ORDEN Y LA HIGIENE DE TODAS LAS ÁREAS DEL GIMNASIO. SU TRABAJO ES ESENCIAL PARA GARANTIZAR UN ENTORNO SEGURO, SALUDABLE Y AGRADABLE PARA LOS USUARIOS Y EL PERSONAL.

BIBLIOGRAFÍA

UDS. (2025). *ANTOLOGIA*. Obtenido de TALLER DEL EMPRENDEDOR:
<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LLEN/c35799364acc8c09bfa9e29f2c84c99-LC-LLEN904%20TALLER%20DEL%20EMPRENDEDOR.pdf>