

Bienvenidos a Gymguard, un gimnasio para todas las edades.

En el que se puede realizar deporte con toda seguridad, pudiendo hacerlo también con tus hijos.

Gym Guard

Promotores: Néstor Monreal y Alejandro Rajadel

ÍNDICE

Idea elegida de empresa.....	1
Nombre y logotipo.....	2
Entorno.....	3,4
- Entorno general.	
- Entorno específico.	
Twitter.....	4
Legalización.....	5
Viabilidad.....	6
Estrategias.....	6
Localización.....	7
Área comercial.....	7 y 8
Área de producción.....	9
Área económico-financiera.....	9 y 10
Viabilidad del proyecto.....	10 y 11

Idea.

La idea elegida , es un proyecto de gimnasio con guardería a través del cual las familias podrán venir a realizar deporte junto con sus hijos evitando de esta manera tener que dejarlos a cargo de alguien o privarse de la actividad.

Esto consistirá en crear un área dentro de este gimnasio donde tendremos una serie de instalaciones en las que habrá maquinas y todo tipo de aparatos para que los mas pequeños puedan realizar ejercicio. Otra de las aéreas estará destinada a maquinas para los adultos de esta forma todos se encontraran en un mismo gimnasio y podrán compartir sus experiencias a la vez que de esta forma cuidan su salud.

Esta idea a sido elegida por que la hemos considerado una idea innovadora a traves de la cual se puede pasar el tempo libre junto a toda la familia
Hicimos especial hincapié en que no es un gimnasio cualquiera , debido a su area particular para niños

Este gimnasio estaría abierto todo el día , por lo que todas familias podrían venir siempre que quisieran. Una de las grandes ventajas que se ofrece a las familias , seria que los niños pudiesen asistir de forma gratuita. Debido a que es también un gimnasio para personas adultas , también podrán venir personas que no tengan hijos es decir es apto para todo el publico.

Hemos pensado que si este proyecto nos permitiera obtener beneficios y saliese adelante montaríamos muchos mas GYM GUARD en distintas partes de la ciudad , incluso de España constituyendo una empresa a nivel regional.

El único inconveniente respecto a nuestro gimnasio sería que habría que realizar una fuerte inversión economía al comprar todas las instalaciones y el local donde se llevaría a cabo la actividad. Todo esto se intentaría amortizar a través de los beneficios que obtengamos, intentaremos establece un umbral de rentabilidad mínimo. D e esta forma poder cubrir todos nuestros gastos y comenzar a obtener beneficios.

Esta es nuestra idea expuesta mas detallada mente en nuestra web y en algunas redes sociales en las que también llevamos a cabo nuestra actividad. Según vaya creciendo nuestra empresa desarrollaremos la actividad en diferentes redes sociales , Facebook, Tuenti...



NOMBRE Y LOGOTIPO

El nombre de la empresa lo obtuvimos pensando en los servicios que ofrecíamos, de ahí sacamos la idea de llamarle Gymguard .Gym, por tratarse un gimnasio y guard referido a que dentro de este se encuentran un área especial para niños, en la que los niños pueden realizar ejercicio.

Respecto a el logotipo intentemos establece una diferencia entre lo que sería el gimnasio para adultos y lo que es el área para los niños. Para poder resaltar mucho mas la idea de la guardería.



Referente a las imágenes, las obtuvimos de Internet tras un forzoso intento de intentar encontrar algún tipo de imagen referente a un gimnasio, y también que sea algo llamativo que incite a el publico a inscribirse en el de forma confiada en la empresa.

El logotipo se situara en las camisetas de los monitores y en todos los sitios posibles para poder hacer una gran publicidad de la empresa. Con este logotipo se fabricaran múltiples carteles en los que también así se muestre a el publico en nuevo gimnasio, consiguiendo que las personas estén enteradas de la empresa así de esta forma conseguiremos mas personas que se inscriban en él. Pudiendo de esta forma poder llevar a cabo la actividad de este.

No llevamos idea de modificar el logotipo lo que si tenemos intención de darle color para que todavía sea mas llamativo y atraiga mas gente. Debido a que consideramos que el logotipo es una de las claves para poder hacer ver la empresa de cara a el personal.

Con este dibujo se fabricaran camisetas toallas y guantes de gimnasio para que las personas del gimnasio se sientan mas familiarizadas con él y sea este otro modo de hacer publicidad.

Entorno

Entorno general :

Respecto a el entorno general, nos afectan los mismo factores que a todas las empresa que realizan su actividad a nivel local, impuestos subidas de intereses etc.

Debido a que esto afecta a todas las empresas, nuestra situación competitiva respecto a esto es minima. Debido a que todas las empresas tiene igualdad competitiva con nosotros, será fácil introducirnos en el mercado.

Entorno específico:

En el entorno específico, nos afectan diversos aspectos específicos de los factores que influyen en nuestro sector, sobre los cuales tenemos una minima influencia.

Respecto a nuestras oportunidades y amenazas, es decir el análisis externo de nuestra empresa, nos encontramos con una serie de ventajas como pueden ser

-Una recuperación económica,

- Una diversificación de mercados,
- Una buena recuperación económica en caso de que la crisis actual empeorara.

Las amenazas que encontramos son:

- Una buena recuperación económica en caso de que la crisis actual empeorara.
- La posible entrada de competidores debido a las escasas barreras de entrada.
- Los gimnasios actuales también pueden incluir actividades parecidas a las nuestras.

En nuestro análisis interno es decir debilidades y fortalezas las que podemos encontrar son :
Oportunidades:

- Al ser un proyecto innovador, no sabemos qué demanda puede tener dentro de la sociedad.
- Somos trabajadores sin experiencia empresarial.
- Dependemos del modo de vida de las personas del donde se localiza nuestro producto
- Necesidad de personal cualificado en trabajar con niños

Y las debilidades:

- Trabajadores jóvenes y creativos.
- Una estrategia de diferenciación buena
- Está destinado a todo tipo de público, sin distinción de edades, sexo, razas...
- No precisamos de una gran inversión inicial.

TWITTER

A través de esta red social vamos comentando con otros compañeros emprendedores , los pasos que vamos llevando a cabo para realizar la empresa, mostrando todo nuestro proceso y recibiendo ideas que nos sirven de verdadera ayuda.

Con esto buscamos realizar publicidad de nuestro proyecto a la vez que intentamos mejorarlos , recibiendo opiniones de otras personas seguidoras de Twitter.

Según nuestro proyecto vaya aumentando, crearemos nuevas redes sociales pero de momento solo tenemos Twitter. Otra de las redes sociales en la que nos movemos , econogargallo donde también realizamos consultas , que nos ayudan mucho.

A través de twitter podéis ver todos nuestros progresos que vamos realizando día a día. Este Twitter es "NestoryAlex"

LEGALIZACION:

La legalización es una de las partes más importantes de una empresa. En este punto tratamos los trámites necesarios para la creación de una empresa, los documentos que debemos conseguir y dónde, las características de la Sociedad Limitada Nueva Empresa, las subvenciones que solicitamos para desarrollar nuestra actividad, los estatutos que regirán nuestra sociedad.

Dentro de este apartado en nuestra pagina presentamos todas las características de la empresa, todos los tramites llevados a cabo para la realización del proyecto, también las subvenciones recibidas por ser una empresa de nuestras características y los estatutos

Es una empresa , totalmente legal en la que no hay ningún tipo de problema por la ley y al ser un tipo de empresa de interés social , esta totalmente aceptada por el estado y del cual recibimos alguna subvención que nos ayude a salir a delante

Nuestra empresa es una sociedad limitada , con un capital mínimo de 3012 euros y el máximo de 120 202 euros. El numero mino de socios es de 5 y solo responde con el capital aportado ante las deudas sociales.

El capital debe de estar totalmente suscrito y la empresa se formaliza en la escritura publica.

La administración de la sociedad recaerá únicamente en socios y en ningún caso adoptará la forma de Consejo de Administración. La transmisión de participaciones sigue el mismo procedimiento que en la "S.R.L."

Con todo este tipo de características y subvenciones, pensamos que es el tipo de empresa mas adecuada para lo que queremos formar y pensamos que saldrá adelante sin ningún problema .

VIABILIDAD

Es una empresa que tiene un buen hueco en el mercado, debido a que la actividad es muy interesante. No existe ningún nicho de mercado respecto a ella.

La competencia pensamos que es minima ya que muchas empresas ofrecen este tipo de actividad. Suponemos que será un mercado que crecerá debido a que las personas cada vez se animaran mas a inscribirse y realizar deporte con sus hijos

Al tratarse de un gimnasio guardería también puede realizar la función de un gimnasio cualquiera, se podrán hacer grandes ofertas a las familias. 35 euros por persona y si vienen en familia los niños podrán usar las instalaciones de forma gratuita.

ESTRATEGIAS

Vamos a seguir la estrategia de diferenciación del producto , que consiste en crear algo que se percibe en el mercado como único.

Los métodos para la diferenciación pueden tener muchas formas; diseño o imagen de marca, tecnología, características muy particulares, mejor calidad etc...

Por eso creemos que en la empresa de gymguard, es la mejor forma de estrategia puesto que, lo que queremos conseguir es dar un servicio ya existente pero de forma novedosa, ofreciendo los servicios de 24 horas

Es una idea innovadora y difícil de imitar porque requiere un coste de inversión elevado

VENTAJAS:

-Va dirigido a un público en concreto, puesto que va a ser más utilizado por todas aquellas familias que no dispongan de su tiempo, ni tengan a ningún familiar que pueda cuidar de sus hijos

-Va a ser un servicio adaptable puesto que pueden elegir el número de horas que quieran y necesiten, tanto si es de día como si es de noche

INCONVENIENTES:

- Va a necesitar un capital inicial muy elevado.

-No sabemos si funcionara bien o no.

LOCALIZACION:

Nuestro local se sitúa en una de las calles de Zaragoza, cercanas a la Puerta del Carmen disponemos de un local con tres plantas. En las cuales situaremos las diferentes máquinas para los distintos ejercicios que se quieran realizar y donde también situaremos las áreas infantiles.

El coste que ha supuesto la compra del local han sido 365.000 euros, es decir, 1477 euros por metro cuadrado. De estos 247 m², podemos dar utilidad a 211 m²

El edificio fue construido en el año 1969 y se encuentra en muy buen estado. Respecto a las características físicas de este local podemos decir que cuenta con un garaje de 2 plazas, Altura techos: de 2,5 a 3m, Interior / Exterior: exterior.

actividades económicas en las que interviene el Estado, aquí tampoco tenemos problemas ya que no vamos a tener relaciones con el Estado.

El **entorno demográfico** es muy importante y por eso hay que estudiarlo detalladamente. La empresa tiene que saber las características de la población para saber donde es el mejor lugar para instalarse y donde puede tener más éxito.

Para analizar el **entorno económico** hemos estudiado la situación económica del país, esta está estable.

Respecto al **entorno competitivo** como no tenemos competidores no tenemos problemas, aunque sí que tenemos que estudiar como va a aceptar la sociedad un nuevo servicio.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Para la investigación del mercado vamos a realizar una encuesta a los ciudadanos de la ciudad en los diferentes barrios de la ciudad.

Los resultados de esta encuesta han sido positivos, ha sido realizada por los diferentes barrios de Zaragoza, a un 85% le gustaría disponer de un servicio en el que podran realizar todo tipo de ejercicio en un gimnasio con sus hijos, hermanos primos etc...en el momento en el que lo necesite sin compromiso. Un 30% de los encuestados ya dispone de estos servicios de modo permanente. Del 70% restante, un 50% estaría dispuesto a contratar estos servicios. Un 95% ha contestado que no conoce ningún servicio parecido al nuestro. Un 75% confiaría en nuestro servicio para contratarlo. Este resultado de la encuesta es positivo para nuestro negocio.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

No vamos a realizar segmentación del mercado ya que nos vamos a dirigir a todas las personas por igual, no importa el sexo, el estado civil, la renta la ocupación, el nivel de estudios, y residan en el barrio que sea. Vamos a utilizar la misma publicidad y no vamos a realizar excepciones. Llevaremos a cabo una estrategia indiferenciada porque vamos a desarrollar el mismo plan de marketing para todos los segmentos del mercado.

Plan de marketing

Para realizar el plan de marketing vamos a tener que centrarnos en el producto, en la distribución, en el precio y en la promoción (publicidad, venta personal, promoción de ventas, relaciones públicas...)

SERVICIO

En primer lugar nos vamos a centrar en el producto, en nuestro caso el producto es la oferta de servicios deportivos que se podrán contratar a en el momento en el que se necesite y el tiempo que se desee.

Nuestra empresa cubrirá las necesidades deportivas y de cuidado de los niños ya que sus familiares no tienen con quien dejarlos a la hora de realizar deporte

En la actualidad no se ofrecen estos servicios exactamente, porque existen gimnasios normales pero no hay ninguno que ofrezca la oferta de cuidar a sus hijos a la vez.

El nombre de nuestra empresa va a ser Gym Guard, hemos decidido este nombre ya que creemos que es el más apropiado porque te puede dar una idea de los servicios de nuestra empresa.

PRECIO

En primer lugar pondremos precios bajos para darnos a conocer, si vemos que la empresa va bien y nos podemos extender subiremos los precios, pero no demasiado porque si ponemos los precios muy altos no se adecuaría a las características de nuestra empresa.

Al iniciar nuestra actividad empresarial ofreceremos una oferta de lanzamiento y cada cierto tiempo ofreceremos ofertas relacionadas con alguno de nuestros servicios.

COMUNICACIÓN

Daríamos a conocer la empresa por medio de publicidad en periódicos, metiendo publicidad en los buzones, esta publicidad incluiría información acerca de nuestra empresa y de los servicios prestados.

Área comercial

ESTUDIO DEL MERCADO

El entorno tecnológico supone un abaratamiento de costes y la evolución tecnológica discrimina favorablemente a las grandes empresas frente a las pequeñas, pero sobretodo supone una fuerte barrera de entrada para las nuevas empresas, nosotros en este entorno no tenemos grandes problemas puesto que para realizar nuestra actividad no necesitamos la tecnología.

En cuanto al entorno institucional o legal hay que tenerlo en cuenta en las actividades económicas en las que interviene el Estado, aquí tampoco tenemos problemas ya que no vamos a tener relaciones con el Estado.

El entorno demográfico es muy importante y por eso hay que estudiarlo detalladamente. La empresa tiene que saber las características de la población para saber donde es el mejor lugar para instalarse y donde puede tener más éxito. El crecimiento de la población es muy importante, especialmente si se quiere entrar en una mercado con mucha competencia, ya que esto significa una mayor demanda de productos

Para analizar el entorno económico hemos estudiado la situación económica del país, esta está estable.

Respecto al entorno competitivo como no tenemos competidores no tenemos problemas, aunque si que tenemos que estudiar como va a aceptar la sociedad un nuevo servicio.

Investigación de mercados

Para la investigación del mercado vamos a realizar una encuesta a los ciudadanos de la ciudad en los diferentes barrios de la ciudad.

Los resultados de esta encuesta han sido positivos, ha sido realizada por los diferentes barrios de Zaragoza, a un 85% le gustaría disponer de un servicio en el que podran realizar todo tipo de ejercicio en un gimnasio

con sus hijos, hermanos primos etc...en el momento en el que lo necesite sin compromiso. Un 30% de los encuestados ya dispone de estos servicios de modo permanente. Del 70% restante, un 50% estaría dispuesto a contratar estos servicios. Un 95% ha contestado que no conoce ningún servicio parecido al nuestro. Un 75% confiaría en nuestro servicio para contratarlo. Este resultado de la encuesta es positivo para nuestro negocio.

Segmentación de mercado

No vamos a realizar segmentación del mercado ya que nos vamos a dirigir a todas las personas por igual, no importa el sexo, el estado civil, la renta la ocupación, el nivel de estudios, y residan en el barrio que sea. Vamos a utilizar la misma publicidad y no vamos a realizar excepciones. Llevaremos a cabo una estrategia indiferenciada porque vamos a desarrollar el mismo plan de marketing para todos los segmentos del mercado.

Para realizar el plan de marketing vamos a tener que centrarnos en el producto, en la distribución, en el precio y en la promoción (publicidad, venta personal, promoción de ventas, relaciones públicas...)

Plan de marketing

SERVICIO

En primer lugar nos vamos a centrar en el producto, en nuestro caso el producto es la oferta de servicios deportivos que se podrán contratar a en el momento en el que se necesite y el tiempo que se desee.

PRECIO

En primer lugar pondremos precios bajos para darnos a conocer, si vemos que la empresa va bien y nos podemos extender subiremos los precios, pero no demasiado porque si ponemos los precios muy altos no se adecuaría a las características de nuestra empresa.

COMUNICACIÓN

Daríamos a conocer la empresa por medio de publicidad en periódicos, metiendo publicidad en los buzones, esta publicidad incluiría información acerca de nuestra empresa y de los servicios prestados.

Área de producción

- Proveedores: Nuestra empresa no ofrece un producto en si, sino que ofrecemos un servicio. Nuestros proveedores serán decathlon, para toda nuestra maquinaria deportiva (Bicicletas, cintas de correr, etc), también recurriremos a ikea, para el montaje de taquillas y el montaje del parket y la moqueta donde se situan las maquinas. Nuestro gimnasio ofrecerá toallas a cada uno de sus clientes, que luego cuando termine su ejercicio deberá de devolver nuestros proveedores de toallas será inter sport, respecto a la tecnología del gimnasio, nuestros proveedores serán acer, tanto para el ordenador donde se llevan a cabo todas las gestiones de este y para las distintas pantallas que serán colocadas en las paredes para entretenimiento de nuestros clientes mientras descansan después de un ejercicio o para que se entretengan mientras realizan ejercicios como bici o cinta.

-COSTES: serán los mismos que de un gimnasio cualquiera, pero añadiendo los costes de el área de los niños, sumándole a ellos lo mismo que a todos gimnasios, publicidad, electricidad etc...

Área económico-financiera

-PLAN DE INVERSIONES: La capacidad de nuestra empresa, va a estar reducida a un máximo de 150 personas entre niños y adultos:

ZONA CARDIO:

- 4 Cintas de correr
- 3 simuladores de escaleras
- 4 bicis estáticas
- 4 bicis estáticas spinning
- 4 bicis estáticas sport

-2 sacos de boxeo

AREA MUSCULACIÓN

70 mancuernas , de distintos pesos

8 bancos de pesas 4 de ellos con respaldo

2 press banca declinados

4 press banca planos

5 maquinas de tiron polea (dos de ellas colocadas en paralelo)

10 barras para realizar ejercicios individuales.

2 prensas

2 maquinas para gemelo sentado

2 manquina de curl femoral

2 maquinas de gluteos

3 bancos de adominales

2 maquinas de adominal sentado

1 maquina de dominadas

Area infantil

guarderia para los mas paqueños y todo este tipo de maquinas nombradas anteriormente adaptadas para ellos

VIABILIDAD DEL NEGOCIO

Viabilidad económica

q = volumen de ventas expresado en unidades físicas. $q = 11$

P = precio de venta unitario que supone constante para cualquier volumen de producción. $P = 500€$

C_{vu} = coste variable medio unitario, es decir, el coste variable que por termino medio le corresponde a cada unidad. $C_{vu} = 150€$

Cf = costes fijos totales correspondientes al ejercicio económico. Cf = 5600€

Ct = costes totales. Ct = 7250€

It = ingresos totales. It = 7250€

Ct = Cf + Cvu · q ; Ct = 5600 + 150 · 11 ; Ct = 7250€

El punto muerto vendrá dado por el valor de q* obtenido de la siguiente forma:

It = Ct

P · q* = Cf + Cvu · q* ; 500 · 16 = 5600 + 150 · 16 ; 8000 = 8000

P · q* - Cvu · q* = Cf ; 500 · 16 - 150 · 16 = 5600

q*(P - Cvu) = Cf ; 16(500 - 150) = 5600

q* = (Cf)/(P - Cvu)

q* = (5600)/(500 - 150)

q* = 16

Viabilidad financiera

Es la capacidad de una Organización de obtener fondos necesarios para satisfacer sus requisitos funcionales a corto, mediano y largo plazo.

La Organización debe prestar atención también a su capacidad de generar recursos que necesita; tener capacidad de pago de sus cuentas operativas, pero también un excedente de ingresos con respecto a los gastos es la primera dimensión de este criterio.

$$VAN = -K + (Q_1 / (1 + I)) + (Q_2 / (1 + I)^2) + (Q_3 / (1 + I)^3)$$

$$VAN = -5600 + (456.578 / (1 + 0,05)) + (576.521 / (1 + 0,05)^2) + (523.310 / (1 + 0,05)^3)$$

$$VAN = -5600 + 434.836,2 + 522.921,54 + 452.054,9 = 1.404.212,64$$

Al darnos el VAN positivo, la inversión será efectuable o aceptable.

Viabilidad medioambiental

Nuestra empresa no contamina de ninguna forma al medio ambiente, ya que reciclamos todos los materiales que no puedan ser reutilizados.

Viabilidad Comercial

Creemos que este proyecto tiene gran viabilidad después de los análisis Dafo y Porter llegamos a la conclusión de que nuestro proyecto es suficiente mente viable.

Viabilidad tecnológica

Para llevar a cabo nuestro negocio no necesitamos altos niveles tecnológicos, aunque disponemos de los programas informáticos más actuales para poder gestionar todas las actividades y todos nuestros clientes.