

# NATURALFIT®

## MODELO DE NEGOCIO 2016

*A continuación detallaremos el modelo de negocio y franquicias de NaturalFit®*

# SUMARIO

## *Contenido*

- *Resumen y presentación del proyecto*
- *NaturalFit*
- *Análisis y síntesis D.A.F.O (Análisis externo y análisis interno)*
- *Lineas estrategicas*
- *Planes de actuacion*
- *Plan de Marketing*
- *Otros puntos importantes sin desarrollo a tener en cuenta.*
- *Puntos de entrenamiento (importante)*
- *Conclusion*

## 1. Resumen y presentación del proyecto

### INTRODUCCION

#### NUEVA TENDENCIA HACIA LO NATURAL

Cada día, es más Común ver cómo la tendencia a lo natural se toman el mercado local y también el mercado global. Esta tendencia se hace cada vez más notoria dado que las personas que han entrado a la segunda etapa de su adultez, han encontrado algún tipo de conexión que los lleva a tomar decisiones más saludables con respecto a su dieta, rutina alimenticia, y es esta población la que en parte nos interesa captar ya que está comprobado que:

- Los hombres que más usan el gimnasio privado son «adultos-jóvenes» (los cabeza de familia están en la franja de los 28-41 años), con nivel estudios y escala socio-económica media y media-alta. El uso de los gimnasios, por parte del cabeza de familia, a partir de los 45 años decrece. En mayor medida, no quiere decir que los menores de 28 años queden fuera del mismo
- Las mujeres que más usan los gimnasios son las universitarias y las activas laboralmente. Las amas de casa suelen usar menos los gimnasios y más los lugares públicos y los espacios deportivos no formalizados (calle y parques) para la practica del deporte.

El interés por la comida saludable no es lo único que está haciendo ruido y se está convirtiendo en una tendencia ya que, el incremento de los deportes naturales a nivel mundial, están creciendo en pico. El Trackig, caminatas, escalada deportiva, Boulder incluso el crossfit ah iniciado un interés en el mercado del fitness y ah tenido un impacto altamente productivo, que disparó el surgimiento de nuevas teorías de entrenamiento y ah puesto en duda las viejas teorías de los años 90´

# NATURALFIT® NEGOCIO Y FRANQUICIAS

La Tendencia a lo Natural se presenta como una alternativa de vida ante diferentes episodios o preocupaciones de las personas

De acuerdo a lo anterior, es común ver opciones saludables en los supermercados, no solo como una solución para mantenerse en línea, sino también como un nuevo estilo de vida. Es aquí donde nace la teoría del NaturalFit® La fusión del método natural de entrenamiento funcional y personalizado con la nutrición fitness y natural.

Esta nueva opción que se presenta como una elección más saludable, y productiva, Está influenciando en gran medida la manera de vivir de los alumnos del gym, lo que nos demuestra que estamos en lo correcto, aunque aún nos queda mucho por innovar, crecer, modificar y aprender

Viendo el espectro Internacional, en Estados Unidos, esta tendencia es aún más marcada. En la Feria Internacional de Alimentos de San Francisco, Bob Burke (Consultor en temas de productos Naturales) realizó una presentación titulada “The Natural Channel” donde se presentan estadísticas importantes en esta categoría. Del total de la población Americana, el 55% han buscado tratar el producto natural u orgánico por encima del producto regular, el 25% tienen una transición hacia el uso más continuo del mismo, el 17% lo hacen de una forma más continua, y el 3% está comprometido al cien por ciento al uso de productos naturales que representen un bienestar a nivel personal y para su familia.

El NaturalFit® se basa en un 50% apuntado a la teoría de entrenamiento que más adelante explayaremos y un 50% a los planes nutricionales.

Está claro que una persona para llegar a sus objetivos necesita trabajar en un 100% en él, ya que a medida que quite puntos de concentración más estaría alejándose del mismo.

El gym de NaturalFit® es una arena de entrenamiento funcional y dinámica personalizada, una sala innovada de musculación, un espacio único de

# NATURALFIT® NEGOCIO Y FRANQUICIAS

trabajos en barra y peso libre, calistenia, un rocódromo de escalada deportiva y un campo para los juegos de Naturalfit®. Y el Fitnessbar es un espacio de aprovechamiento único donde los objetivos que cada persona programó comienzan a cumplirse donde encontrarán suplementos dietarios y comida regular a base de productos light libres de grasas malas, saturadas o trans, hidratos o azúcares.

Es importante aprovechar el momento de sensibilidad e interés del mercado ya que “esto” es lo nuevo, lo que se viene y recordemos quien pega primero...

## HACIA DONDE APUNTAMOS

El gym de NaturalFit® contempla la creación de un negocio especializado en ofrecer, no solo el servicio del fitness y la producción de alimentos naturales y de alto aporte nutricional, sino también la creación de una conciencia natural dirigidos a un mercado constituido por clientes que se vean orientados a un tipo de gimnasio no convencional, innovador y progresista.

La inversión inicial es 20% más económica que un gimnasio convencional y hasta en un 40% en relación a un centro de Crossfit profesional, lo que permite apostar fuertemente al trabajo de marketing.

Existen tres modelos de gimnasios, que clasificaremos por los metros cuadrados que disponga, que son los siguientes:

**1 El tradicional de barrio**, usualmente de pequeñas dimensiones, carente de buenas instalaciones, que tiene hoy en día escasas posibilidades de sobrevivir y no está apuntado al GYM de NaturalFit® pero si puede adoptar su metodología y teoría de entrenamiento y planes dietarios.

**2 El gimnasio mediano**, de más de 300 metros cuadrados, ofrece buenas expectativas de consolidarse como negocio y crecer dentro del mismo.

**3 Los gimnasios grandes** o club deportivo. Tiene una extensión de entre 600 y 900 metros cuadrados o más.

El Objetivo es crear un negocio rentable, cuya oferta y forma de operar constituyan una empresa de **referencia** en el sector con gran apoyo de marketing y presencia.

## 2. NaturalFit®

### 2.1 EL GYM

#### 2.1.1 Construcción de una identidad

El gym de NaturalFit® es una arena de entrenamiento funcional y dinámica personalizada, una sala innovada de musculación, un espacio único de trabajos en barra y peso libre en aire y tierra, calistenia, un rocódromo de escalada deportiva y un campo para los juegos de Naturalfit®.

##### 2.1.1 Teoría de entrenamiento:

El Naturalfit® tiene sus inicios en el 2013. Basado en la teoría del Hebertismo, mismas líneas que inspiraron a los creadores del Parkour, el entrenamiento militar y de bomberos, el naturalfit® pasó por diferentes estadios de pruebas hasta que se llegaron a los objetivos físicos primordiales. La utilización de ejercicios funcionales y de peso libre para la confección de rutinas personalizadas y de diferentes bases son la principal herramienta dentro de la rutina.

Es imposible llegar a un objetivo primordial y profesional haciendo los mismos ejercicios y estableciendo una misma rutina en personas, no sólo con diferentes capacidades físicas o con esquemas de somatotipos diferentes, sino con objetivos distintos. Por ejemplo. No es el mismo entrenamiento, como tampoco lo es el plan alimenticio, en una persona con sobrepeso como en un ectomorfo, Tampoco el plan de entrenamiento puede ser igual en una persona que necesita trabajar la hipertrofia sarcomérica como la sarcoplasmática.

¿Cómo abordamos personalmente cada problemática? Después de muchos intentos, estudios y trabajos, no solo de productividad de ejercicios

y selección de los mismos, sino como en la innovación de diferentes teorías de entrenamiento hemos llegado a la mejor manera de entrenar a las personas en base a sus objetivos. Existen diferentes niveles, ejercicios madres primarios de donde nacen aún más movimientos y esto permite que cada problemática este abordada con cada rutina. También existe un coach virtual a través de las app las personas pueden estudiar los movimientos en sus casas o al menos ir viéndolos para luego trabajar en el gym junto al profesor y estar más empapado del tema.

El NaturalFit® no es un tipo de entrenamiento que requiere una cierta condición física para comenzar a practicarlo: Pero aún así existen diferentes niveles de adaptación para llegar a los niveles donde un natfister puede mantenerse y comenzar su fase de entrenamiento específico. Los niveles nos permiten vivenciar una experiencia gradual dentro del entrenamiento, realizándose un test muy sencillo en su iniciación.

El beneficio base que nos aporta el NaturalFit® es, sin duda alguna, **el aumento de la fuerza resistencia muscular**, el crecimiento importante de la hipertrofia sarcomerica y el incremento de la capacidad Cardiovascular.

Muchos de los ejercicios y movimientos propios del NaturalFit® se realizan con el propio peso corporal, de modo que la ganancia de fuerza será en consonancia con nuestro cuerpo (lo que se conoce como fuerza relativa). Los ejercicios con peso nos ayudarán a ganar fuerza absoluta. De esta manera utilizando estos dos tipos de fuerza ganamos fuerza absoluta y relativa, mejorando aún más nuestra fuerza funcional.

De la mano de la ganancia de la fuerza viene también la de **potencia muscular** y fuerza explosiva en base al tipo de ejercicios que se utilizan a

una máxima velocidad en un tiempo determinado, Se mejora el tiempo de implementación de cada repetición en determinados momentos del entrenamiento, mejorando así nuestra potencia muscular y la cantidad de repeticiones. Utilizando nuestro RM1 a un 80% pero en su mayor intensidad, utilizando el sistema de entrenamiento llamado full express de superseries propio del Naturalfit® aumentamos la cantidad de repeticiones y la fuerza absoluta.

El tipo de hipertrofia a trabajar será en consecuencia del tipo de objetivo del cliente.

En base al objetivo de cada atleta se trabajará específicamente en la resistencia muscular como base, la fuerza o la estética.

Los ejercicios pliométricos que se realizan en el NaturalFit® nos dan lo que llamamos fuerza reactiva volviendo al cuerpo ágil, veloz y flexible.

Las pruebas con diferentes Natfister demostraron un incremento notorio de su fuerza resistencia muscular y cardiovascular en 12 semanas de trabajo entrenando 3 veces por semana.

La evidencia más notoria fue un incremento de más de un 250% en las repeticiones logradas, del tren superior, inferior y zona media. También mejorando la potencia y la fuerza explosiva.

El test se realizó sin tiempo ni pausa, llegando al fallo muscular. Vaciamiento total.



Sexo fem	Abdominales	Tren sup. Extenciones de brazo.	Tren infer.  Sen con salto + 10kg	Pot.  Burpees completos	Potenc levan  Completas 10kg
1 sem	122	30	30	20	13
6 sem	244	68	39	22	32
12 sem	334	81	55	56	41

Los test se tomaron con una pausa de 3 minutos entre ejercicios y ejercicios, lo que derivó en un desgaste muscular y energético con al ejercicio anterior.

La misma natfister realizó un test de potencia relativa en el cual concluyó con 30 Burpees completos en 1 minuto.

Además, creemos que uno de los beneficios más importantes del NaturalFit® es la **gran motivación** que supone **competir contra uno mismo**, y el **espíritu de equipo** que se respira en todos los entrenamientos.

# NATURALFIT® NEGOCIO Y FRANQUICIAS

El NaturalFit® también cuenta con un sistema de entrenamiento grupal al cual deben por reglamento del gym participar mínimo 2 veces al mes.

Este tipo de entrenamiento es un muy buen entrenamiento para nuestro corazón gracias al cardio y a los intervalos. Los **beneficios cardiovasculares**, sobre todo a nivel de **resistencia**, son enormes y visibles en poco tiempo.

**Favorece la pérdida de grasa**, debido a la intermitencia y a la velocidad de los ejercicios.

Cualquiera que haya estado en una dieta sabe que es difícil no perder masa muscular junto con la grasa. Diversos estudios muestran que tanto el entrenamiento con pesas y entrenamientos intermitentes de alto impacto permiten favorecer la oxidación grasa sin perder musculatura.

Además de aumentar la quema de grasa y más músculo magro conservado, El NaturalFit® pero sobre todo el grupal Hiit estimula la producción de su hormona de crecimiento humano (HGH) hasta en un 450 por ciento durante las 24 horas después de haber terminado su entrenamiento, debido al tipo de entrenamiento intermitente e intensivo. Esta es una gran noticia ya que la HGH no sólo es responsable de aumentar la quema de calorías, sino que también es una de las hormonas fundamentales en el efecto anabolizante.

Otros beneficios importantes

- Disminución de los niveles de LDL (colesterol “malo”).
- Aumento de los niveles de HDL (colesterol “bueno”).
- Disminución de la presión arterial.
- Aumento de la producción de insulina (beneficioso para enfermos diabéticos de tipo I).
- Mejora del VO<sub>2</sub> max. (mejora de la capacidad cardiorrespiratoria).
- Mantenimiento y/o leve incremento del porcentaje de masa muscular.

- Aumento de la producción de testosterona.
- Estimulación de la producción de hormona del crecimiento.
- Disminución del porcentaje de grasa corporal.

(No explayaremos más el método, para más información específica y profunda sobre la tesis de entrenamiento consultar)

## 2.1.2 Circuito de Naturalfit® CNF, CANF

EL CNF es un liga de participación y competencia interna donde cada atleta puede hacer un seguimiento de sus logros como también competir contra otros natfister, no sólo de sus gimnasios sino también de cada PUNTO DE ENTRENAMIENTO P.E

El circuito interno es una liga donde se presenta un Ranking con todas las personas que practican este nuevo Deporte alternativo de Fitness. Esto tiene muchos beneficios ya que la motivación es un punto importantísimo a la hora de entrenar.

### **¿Cómo se compite o participa?**

El Naturalfit® tiene ciertos niveles en los cuales algunas personas participan y van observando su evolución y otras personas compiten. La liga dura todo un año haciéndose liguillas con una duración de 12 fechas equivalentes a 2 meses de entrenamiento.

### **¿Cómo se participa o compite?**

Lo mejor de este sistema de competencia es la forma en que se participa. Los decathlones se pasan a cada punto todos los domingos y durante la semana se entrena, rindiéndose los viernes el desafío. O sea que la persona no necesita adaptarse a un horario nuevo de entrenamiento o competición.

Cómo lo hacen todos los días a la hora de entrenar el atleta rinde su desafío y de esa manera obtiene sus puntos para luego entrar en el ranking.

La motivación a la hora de entrenar es un punto fundamental en el progreso y rendimiento de cada atleta. Lo que nos garantiza que la personas se sientan cada vez mejor. También hace que el atleta se cuide fuera del gimnasio, se alimente mejor y por consecuencia encuentre resultados más rápidos.

### **¿Qué costo tiene para los atletas?**

La participación no tienen ningún costo, únicamente deberá abonar la cuota al punto para poder entrenar. Cuota que queda en su totalidad para el punto.

(CONSULTAR POR REGLAMENTO)

Ver más abajo P.E (PUNTO DE ENTRENAMIENTO)

## **2.1.3 Maquinaria, recursos, elementos,**

Algunas de las cosas con las que se encuentra equipada el gym son una sala de musculación no convecional: Mancuernas, ketbell, barras, bancos, cajones de saltabilidad, corebag, fitball, medicine ball, vpowerbands entre otras cosas. También cuenta con estructuras especializadas para el trabajo en barras, anillas y sogas. Una estructura de escalada en ascenso. Una palestra de escalada deportiva profesional. Piso anti trauma. Cintas de caminar (opcionales) entre otras cosas.

Puntos de coach-virtual (computadoras que muestran los ejercicios que las personas no conocen o no tienen en la aplicación)

Pizarrón gigante de armado de rutinas, desafíos, decathlones y records.

Deberá contar con un instructor master en NaturalFit® en lo posible prof. O estudiante en Educación física.

## 2.2 FITNESS BAR

En Fitnessbar se encuentra todo lo relacionado con suplementación, asesoramiento nutricional y productos naturales, proteicos, anabolizantes y sanos.

Cuenta con un sector donde los clientes pueden sentarse a tomar un batido, desayunar, almorzar o hacer colaciones. Es un sector sobrio elegante y funcional que favorece y beneficia a los clientes en su estructura nutricional, además de ser una fuente de ingreso extra.

Que la gente se alimente adecuadamente llevará a que sus objetivos se acorten, lo que hará que se mantengan motivados y contentos. A su vez el negocio incrementa sus ingresos ya sea desde la venta de los productos o por la fidelización del atleta.

En gimnasios de gran afluencia diaria una persona debe hacerse cargo del bar, al menos en los horarios picos.

Productos que se comercializan.

Bebidas isotónicas, refrescos, batidos, cafés, jugos naturales, barra de proteínas, tortas proteicas, yogures tonificantes, postres anabolizantes, alfajores proteicos, bizcochos proteicos, mousse, flanes y muchos productos más que favorecen a la dieta de cada atleta y que no sólo son exquisitos, sino que también nutritivos.

Es una visionaria e innovadora manera de manipular la comida para que lo rico también se vuelva no solo saludable sino que sea bueno.

## 3 Analisis y Sintesis D.A.F.O

### 3.1 ANALISIS EXTERNO

En el mundo del fitness y el entrenamiento del cuerpo existen diferentes propuestas para cada usuario, pero nuestra competencia directa son los centros de Crossfit, los Gimnasios convencionales, y el entrenamiento funcional es aquí donde nos centraremos y detallaremos las variables externas

#### CROSSFIT

Si bien el Crossfit es uno de los tipos de entrenamiento que más crecimiento está teniendo en el mercado del fitness y es un competidor directo y presenta

cosas muy buenas y revolucionarias en cuanto respecta a su teoría de entrenamiento, presenta puntos bajos a los que haremos referencia según estudios y estadísticas del medio

Una de las principales desventajas y puntos en contra que posee el Crossfit son los índices de lesiones.

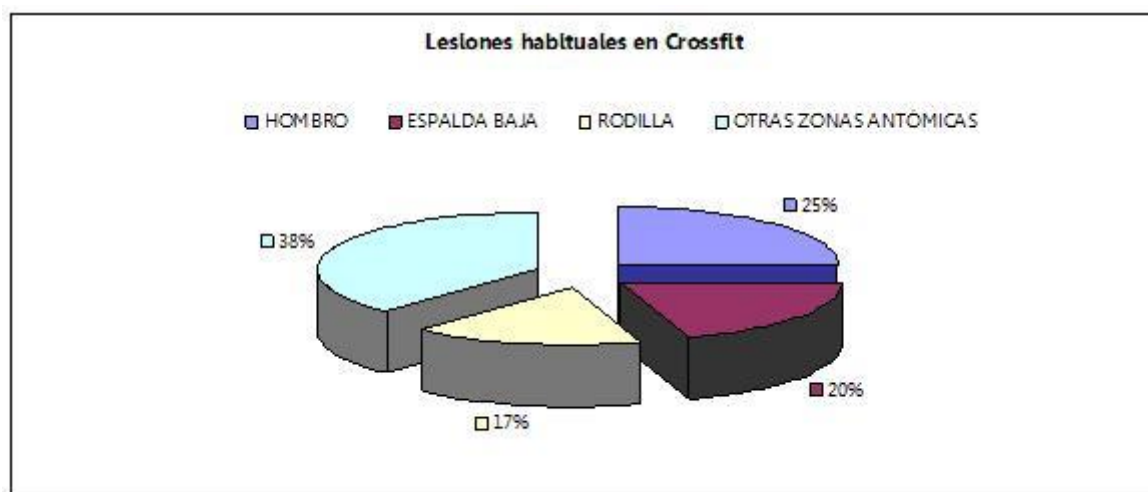
La comunidad médica de EEUU, donde el Crossfit ha crecido en los últimos años, propusieron el análisis de este tipo de trabajo durante al menos 6 meses. Los sujetos que formaron parte del estudio estaban entrenados en esta disciplina (2 años o más). Los resultados mostraron un incremento de un 4% frente a un grupo de militares que llevaron a cabo su entrenamiento habitual. Esto evidencia que la adición de un programa de Crossfit no genera muchas más lesiones el trabajo físico militar y deportes de contacto como el Rugby o el fútbol que es número 1 en índices de lesiones, pero si en comparación al gym convencional o incluso al naturalfit®. El Entrenamiento Funcional merece un punto a parte.

Estadísticas

# NATURALFIT® NEGOCIO Y FRANQUICIAS

Además, mediante un cuestionario on-line realizado a la población “crossfitera” mundial, se han obtenido los siguientes datos:

- Se recolectaron un total de 132 cuestionarios con una media de experiencia de entrenamiento en torno a año y medio y con un volumen de entrenamiento de 5h 20min por semana.
- Un 73,5% declararon haber sufrido una lesión durante el entrenamiento de CrossFit, de las que las más habituales son lesiones de **hombro (25%)**, **lesiones espada baja (20%)** y **lesiones rodilla (17%)**.
- 7% requirieron intervención quirúrgica.
- Tasa de lesiones = **3,1 lesiones/1.000 horas** de entrenamiento; tasa similar a los reportados en halterofilia, levantamientos de potencia y gimnasia. El índice lesivo es más bajo que los deportes de contacto como el fútbol y rugby.



## Fuentes

- Grier T, Canham-Chervak M, McNulty V, Jones BH. (2013) Extreme conditioning programs and injury risk in a US Army Brigade Combat Team. US Army Med Dep J. Oct-Dec:36-47.
- Hak PT, Hodzovic E, Hickey B. (2013). The nature and prevalence of injury during CrossFit training. J Strength Cond Res. 2013 Nov 22.
- Smith MM, Sommer AJ, Starkoff BE, Devor ST. (2013) Crossfit-based high-intensity power training improves maximal aerobic fitness and body composition. J Strength Cond Res.:27(11):3159-72

# NATURALFIT® NEGOCIO Y FRANQUICIAS

Otra desventaja que posee el crossfit es el alto costo de inversión inicial que se necesita para abrir un centro profesional. Según Mercado Fitness el desembolso inicial para el armado de un centro supera los \$800.000 más de un 20% que el valor que se necesita para un Centro de NaturalFit®.

## GYM CONVENCIONAL

El gym tradicional es un gran competidor y el más elegido sin duda por los usuarios, pero en los últimos tiempos se han visto superados por la competencia debido a las limitaciones y a la cotidianidad que se vive en el mismo. Los “fierros” mismos explican que se vuelve monótono, no hay sorpresa, una rutina puede durar hasta tres meses lo que hace que muchas personas se aburran y deserten.

Una de las principales desventajas de este tipo de gym es la inversión inicial, ya que según el mobiliario que se utilice puede llegar a superar los \$2.000.000. Superando en más de un 50% la inversión inicial del NaturalFit®

Otro problema que presenta el gym convencional es el método de entrenamiento siendo un entrenamiento absoluto prácticamente sin ningún trabajo funcional. Debido a la demanda de los usuarios en los últimos años se pueden ver centro, clubes o hasta gym barriales agregando elementos propios del Crossfit o el Entrenamiento Funcional.



## ENTRENAMIENTO FUNCIONAL

El entrenamiento funcional en circuito. En la actualidad ya existen diferentes tipos de gimnasio donde solo se dicta entrenamiento funcional. Este método de entrenamiento a crecido mucho en los últimos años pero a nuestro punto de vista contiene muchos puntos en contra y que con el correr del tiempo le jugarán en contra. A continuación detallaremos en forma de items

No sirve para llegar a un objetivo específico

Gran índice de lesiones por falta de cuidado y trabajos simultaneos difíciles de corregir

Los resultados solo se ven en pocas personas.

No hay ganancia de fuerza

Las “clases” duran una hora y tenes que cumplir tu turno si llegas 10 min tarde te perdes eso 10 min.

Es el mismo entrenamiento para cada persona unificando, adultos mayores, jóvenes, adultos medios, personas con sobrepeso o ectomorfos.

Son muchos los puntos en contra que tiene este tipo de entrenamiento que ya ha llegado a tener como slogan. “Entrenamos tu sonrisa”

# NATURALFIT® NEGOCIO Y FRANQUICIAS

## 3.2 ANALISIS INTERNO

El análisis interno estará detallado en el siguiente cuadro

Factores Internos	Descripción y Análisis	Baja	Media	Alta
<b>A. Factores Humanos y Capacidades Personales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organización y estructura. Profesor en Director gral, Coordinador. Profesores o Istructores Master.</li> </ul>		x	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eficiencia organizativa. (<i>alta</i>)</li> </ul>			x
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Clima de trabajo: Clima de trabajo en permanente motivación y crecimiento. Lugar de trabajo en condiciones energéticas altas.</li> </ul>			x
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Retribuciones, En relación con el mercado</li> </ul>		x	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nivel de formación. (Adecuado para cada rango)</li> </ul>			x
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adaptación a las exigencias del proyecto. (<i>alta</i>)</li> </ul>			x
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Problemas para encontrar personal cualificado.</li> </ul>		x	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grado de conflictividad laboral.</li> </ul>	x		

# NATURALFIT® NEGOCIO Y FRANQUICIAS

C. Análisis competitivo	Descripción y análisis	Importancia		
		Baja	Media	Alta
<b>Capacitación constante</b>	<i>El Instructor master debe mantenerse actualizado ya que el Profesionalismo es lo que nos diferencia del resto</i>			<b>x</b>
<b>Posibles nuevos competidores</b>	<i>Es probable.</i>		<b>x</b>	
<b>Poder de negociación de los clientes</b>	<i>Se realiza un contrato. Mensual con valores altos, Trimestral, semestral y anual. Pago crédito personal o tarjeta de crédito en centros y clubes deportivos</i>			<b>x</b>
<b>Posibles estrategias de respuesta de los competidores a la entrada de nuestra empresa</b>	<i>Agresividad con precios bajos. Campaña de desprestigio. Influencia sobre proveedores.</i>		<b>x</b>	
<b>Poder de negociación de los clientes</b>	<i>Muchos buscan bajar los costos pero las tarifas son únicas, se pueden realizar combos por familias o descuentos.</i>		<b>x</b>	
<b>Productos o servicios sustitutivos</b>	<i>Gran cantidad de productos adicionales. Indumentaria, Merchandising .Suplementos</i>			<b>x</b>
<b>D. Variables del entorno próximo</b>				
• Clientes potenciales:	<b>Desvinculación de gimnasios vecinos y adición a nuestro gym en búsqueda de algo nuevo</b>		<b>x</b>	
• Clientes exclusivos	<b>Son los que ya poseemos y se afiliaron a los planes</b>		<b>x</b>	
• Competidores:	<b>Saldrán nuevos competidores pero la afiliación capta al cliente por el tiempo suficiente para que se sienta participe del mismo</b>			<b>x</b>
• Otras variables...				

## 3.3 ANALISIS D.A.F.O

A partir del análisis de los contenidos (elementos y factores) de los Capítulos 3.1. y 3.2. (Análisis Externo e Interno), se dispone de información y fundamentos clave para poder concretar:

### Oportunidades, amenazas y fortalezas:

*Podremos observar que la competencia si bien presenta muchas fortalezas, tienen puntos vulnerables. Lo que nos permite entender y saber que existirá deserción por varios posibles puntos y allí es donde se fortalecerá nuestro servicio. También es importante entender el nivel de inversión que se necesita muy por encima que nuestro sistema lo que nos posibilita apostar fuertemente al Marketing y la campaña de inversión inicial y mensual. El posicionamiento en el mercado y los medios como el boca a boca nos hará crecer rápidamente en el mercado.*

*La captación la lograremos a través de los planes de afiliación. Y debido a que nuestra teoría de entrenamiento sirve y se encuentran rápidos resultados el cliente estará plenamente satisfecho. Nuestro índice de deserción por lesiones menor al 5%*

## 4 Líneas de estrategia

### 4.1 LINEAS DE ESTRATEGIA

*“No es posible cuantificar la línea de estrategia ya que no se sabe cuál es el monto de inversión (va a variar según el tipo de gimnasio que se montará, gastos, pasivos, activos) Pero el esquema que se utilizará para determinar la línea de estrategia será el siguiente”*

A. Objetivo de Ventas	Año 1	Año 2	Año 3
<ul style="list-style-type: none"><li>Ventas Totales en unidades.</li></ul>			

# NATURALFIT® NEGOCIO Y FRANQUICIAS

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas unitarias, Cantidad de socios</li> <li>• Volumen anual mínimo de afiliados necesario para alcanzar el Punto de Equilibrio</li> <li>• Crecimientos estimados de Ventas en %</li> </ul>			
<b>B. Objetivo de rentabilidad</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Margen Bruto sobre Ventas en %</li> <li>• Gastos Totales sobre Ventas en %</li> <li>• Resultado Neto en % sobre Ventas</li> <li>• Rentabilidad sobre Inversión Total en %. R.O.I.</li> <li>• Rentabilidad sobre Recursos Propios en %. R.O.E.</li> <li>• Plazo de Recuperación de los Fondos Propios</li> </ul>			
<b>D. Otros objetivos</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplimiento de la fecha de inicio de actividades</li> </ul>	<i>Fecha</i>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alcanzar el nivel de subvenciones previsto</li> </ul>	<i>Cifra</i>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Otros</li> </ul>			

# NATURALFIT® NEGOCIO Y FRANQUICIAS

## 4.2 RESUMEN Y DISTRIBUCIÓN DE GASTOS POR NATURALEZA

Concepto	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3
Gasto se entiende por capital pasivo y gastos propios del lugar					
Alquiler local					
Rec. Humanos					
Gas y Agua					
Energía eléctrica					
Limpieza					
Teléfono					
Publicidad					
Mantenimiento					
Seguros					
Gastos financieros					
Impuestos					
Regalías					
Gastos represent.					
Cuota contador					
Otros gastos					
Amortizaciones					
<b>*Total Gastos</b>	.....		.....		.....

## 5. Plan de MARKETING

### 5.1.- PLAN DE MARKETING

#### 5.1.1 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO

##### **Mercado potencial objetivo.**

*EL mercado*

- **Alumnos y clientes compradores potenciales:**
- Los hombres que más usan el gimnasio privado son «adultos-jóvenes» (los cabeza de familia están en la franja de los 28-41 años), con nivel estudios y escala socio-económica media y media-alta. El uso de los gimnasios, por parte del cabeza de familia, a partir de los 45 años decrece. En mayor medida, no quiere decir que los menores de 28 años queden fuera del mismo
- Las mujeres que más usan los gimnasios son las universitarias y las activas laboralmente. Las amas de casa suelen usar menos los gimnasios y más los lugares públicos y los espacios deportivos no formalizados (calle y parques) para la práctica del deporte.

- **Definición de segmentos.**

La persona que se identificará con el gym de Naturalfit® es una persona que está cansada de la monotonía, que quiere cuidar su cuerpo y evitar las lesiones.

Aquellas personas que tienen preferencia por el trabajo duro, planificado y profesional pero sin dejar de divertirse y sorprenderse.

Por sobre todas las cosas las personas amantes de lo natural serán los más involucrados con el NaturalFit®

# NATURALFIT® NEGOCIO Y FRANQUICIAS

Ya que es una variante del entrenamiento Combinado o cruzado también captará muchos adeptos al crossfit y al crosstraining o hiit.

## 5.1.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO / SERVICIO

- **Característica básicas del Producto y/o Servicios.**

Entrenamiento de Naturalfit® personalizado

G.A.P.Hnat® (entrenamiento grupal

NaturalFitgrupal®

Vpowerband® personal

Vpowerbandfit® Entrenamiento grupal

Escalada deportiva y Boulder

Productos del Fitnessbar®

Suplementación

Merchandicing

- **Atributos funcionales.**

Ingresos mensuales en forma de contratos y créditos personales de afiliación

Tarjeta de crédito

Débito automático,

Cuotas variables

- **Atributos intangibles.**

Merchandicing y marca en posicionamiento constante

Gran publicidad Boca a Boca



Resultados en poco tiempo

Gran rentabilidad

## 5.1.3 POLÍTICA DE PRECIOS:

- **Precios.**

Buscamos ser exclusivos la tarifa estará en la base de la pirámide en cuanto a la competencia. El plan más económico del gym esta a la altura del plan mas caro de la competencia.

- **Descuentos y ofertas.**

Existen diferentes descuentos:

Por planes de afiliación. Mensual, trimestral, semestral o anual.

Bonificación por pack familiar

Diferentes promociones

Promociones de Inicio de campaña

- **Plazos y formas de Cobro.**

- **Contado: Sólo contado efectivo**

- **Crédito** Credito personal, tarjeta de crédito, debito automatico con contrato.

## 5.2.4 POLÍTICA DE COMUNICACIÓN:

- Promociones. *Promoción de lanzamiento, descuentos*
- Campañas Publicitarias. *Folletería, radio, diario papel y on line y redes sociales.*
- Relaciones públicas. *Fiesta de inauguración,*
- Merchandising: *Imagen del local, indumentaria, calcomanías, pulceras.*

# NATURALFIT® NEGOCIO Y FRANQUICIAS

- Imagen de Empresa. (Marcas, colores de la empresa, uniforme).

*Se cuantificará el importe de la inversión previsto para estas acciones y se relacionará con su impacto directo sobre las ventas. También se pondrán fechas de objetivos y planificación.*

## PLAN DE VENTAS:

- **Canales de Comercialización**

*Además de la venta directa con el cliente se pueden realizar contactos con empresas, clubes y demás instituciones.*

- **Local ó Punto de Venta.**

Punto único de venta Gimnasio.

- **Descripción de la (s) zona(s).**

El local debe ser acorde a los metros cuadrados mínimo.

EL punto geográfico: Debe estar posicionado en un buen punto ya sea. Frente a un parque, una plaza microcentro. Según la ciudad “no” centro ya que dificulta el estacionamiento.

- **Recursos humanos dedicados a la actividad comercial.**

Promotoras para campaña publicitaria.

Profesores con identidad del producto.

## 7. Otros puntos no desarrollados a tener en cuenta

También deberemos tener en cuenta puntos importantes como el desarrollo del esquema de personal, recursos humanos. sueldos, horarios, rotación etc.

Esquema contable y jurídico.

Habilitación.

Permisos

## 8. PUNTOS DE ENTRENAMIENTO P.E

### ¿Qué son los puntos de entrenamientos?

Los puntos de entrenamiento son gimnasios que cuentan con un Instructor Master de Natualfit®. El cual se encuentra capacitado para poder desarrollar la teoría de entrenamiento y la práctica del mismo.

El punto se encuentra dentro de la red de Naturalfit® lo que le permite entrar en el circuito de competencia interna y también recibir información diaria y semanalmente de rutinas y los decathlones que se tomaran como evaluación.

También el punto recibirá una aplicación privada de naturalfit para que aquellos clientes que se encuentren entrenando puedan contar con la misma y lleven el concepto en sus celulares. La misma cuenta con una plataforma donde pueden acceder a rutinas, imágenes, videos, fotos, chats sociales, blog de entrenamiento y nutrición. Es una aplicación muy completa que le brindará a su gimnasio un servicio diferente y de pertenencia.

También reconocimiento y participación en la webcite de Naturalfit®

### ¿Qué es el circuito interno de Naturalfit®?

El circuito interno es una liga donde se presenta un Ranking con todas las personas que practican este nuevo Deporte alternativo de Fitness. Esto tiene muchos beneficios ya que la motivación es un punto importantísimo a la hora de entrenar.

### ¿Cómo se compite o participa?

El Naturalfit® tiene ciertos niveles en los cuales algunas personas participan y van observando su evolución y otras personas compiten. La liga dura todo un año haciéndose liguitas con una duración de 12 fechas equivalentes a 2 meses de entrenamiento.

## **¿Cómo se participa o compete?**

Lo mejor de este sistema de competencia es la forma en que se participa. Los decatlones se pasan a cada punto todos los domingos y durante la semana se entrena, rindiéndose los viernes el desafío. O sea que la persona no necesita adaptarse a un horario nuevo de entrenamiento o competición.

Cómo lo hacen todos los días a la hora de entrenar el atleta rinde su desafío y de esa manera obtiene sus puntos para luego entrar en el ranking.

La motivación a la hora de entrenar es un punto fundamental en el progreso y rendimiento de cada atleta. Lo que nos garantiza que la personas se sientan cada vez mejor. También hace que el atleta se cuide fuera del gimnasio, se alimente mejor y por consecuencia encuentre resultados más rápidos.

## **¿Qué costo tiene para los atletas?**

La participación no tiene ningún costo, únicamente deberá abonar la cuota al punto para poder entrenar. Cuota que queda en su totalidad para el punto.

## **¿Qué tipo de elementos preciso como mínimo en mi gym para poder ser un punto?**

Cosas propias de gym convencional

- Mancuernas
- Banco plano
- Cajón de salto
- Barras y pesas

- Ketbell
- Corebag
- Bandas de suspensión
- Entre otras cosas

(El equipo de Naturalfit® puede asesorarlo sino sabe dónde adquirir o como deben ser los elementos).

## **¿Cuál es la inversión que se necesita para ser un punto?**

La única inversión es una cuota mensual de \$1000 ars. Por la licencia como P.E (Se encuentra sujeto a la situación inflacionaria)

## **¿Cómo se capacitan los profesores?**

- La capacitación es a distancia, online. Pero se debe rendir el examen de manera presencial previo acuerdo con la empresa. El curso como Instructor master tiene un costo de \$120 Dólares estado unidenses y cuenta con además de la licencia por 2 años como Instructor Master en Naturalfit® una aplicación personalizada únicamente para coach.
- También se puede realizar una capacitación presencial en punto: En este caso el punto se hará cargo de los viáticos del capacitador.

## **9. CONCLUSIÓN**

Para finalizar decidimos cubrir el siguiente proceso de análisis global

### **Coherencia y viabilidad del Plan**

- Existe el servicio constitutivo de la oferta así como la identificación del mercado objetivo para el normal desarrollo de la actividad.

## NATURALFIT® NEGOCIO Y FRANQUICIAS

- Los objetivos de Venta son razonablemente alcanzables en el Mercado seleccionado y con posibilidades posibles de incrementación mes a mes.
- Existe una adecuación con los recursos internos previstos, las acciones programadas son realizables, los objetivos son alcanzables y existe la necesaria coordinación y equilibrio entre las distintas áreas del GYM y sus objetivos.
- La inversión inicial es mucho menor a la que utiliza la competencia.
- La idea e identidad del servicio o gym de NaturalFit® está en momento de auge y se puede precipitar una inminente demanda.
- Está bien apuntado

Información de contacto:

Prof. Sebastian Fazio

Cel: 02284551120

Olavarria. Prov. Bs As

Rivadavia 2814 p/a