

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

ECONOMÍA SOLIDARIA Y TRABAJO DIGNO

**PAP PROGRAMA DESARROLLO DE ESTRATEGIAS COMERCIALES
NACIONALES E INTERNACIONALES**



**PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL PAP
3J01 CEDECOM MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS**

**“Desarrollo de identidad de marca e identidad corporativa para establecer
estrategias de promoción y comunicación digital para la apertura de Four
Fitness Club en Jiquilpan, Michoacán”**

PRESENTAN

Lic. en Mercadotecnia. Cynthia Guadalupe Pérez Alvarez

Lic. en Diseño de Indumentaria y Moda. María José Moreno Elizalde

Lic. en Comercio y Negocios Globales. Monserrat Nando Alvarez

Lic. en Publicidad y Comunicación Estratégica. Frida María Cárdenas Espinosa.

Profesor PAP: Mtra. Luz Bertha Ávila Padilla

Tlaquepaque, Jalisco, agosto de 2024

REPORTE PAP

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	3
Resumen	3
1. Introducción	4
2. Planeación y seguimiento del proyecto	6
3. Desarrollo y resultados del trabajo profesional	13
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	85
5. Conclusiones	92
6. Bibliografía	95
7. Anexos (en caso de ser necesarios)	97

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional son una modalidad educativa del ITESO en la que los estudiantes aplican sus saberes y competencias socio-profesionales a través del desarrollo de un proyecto en un escenario real para plantear soluciones o resolver problemas del entorno. Se orientan a formar para la vida, a los estudiantes, en el ejercicio de una profesión socialmente pertinente.

A través del PAP los alumnos acreditan el servicio social, y la opción terminal, en tanto sus actividades contribuyan de manera significativa al escenario en el que se desarrolla el proyecto, y sus aprendizajes, reflexiones y aportes sean documentados en un reporte como el presente.

Resumen

Primeramente se tuvo una junta de manera presencial con el empresario, donde conocimos en qué consiste el proyecto y así se identificaron las áreas de oportunidad que se trabajarán los siguientes meses, posterior a ello redactamos el objetivo general donde se derivaron 14 objetivos específicos, junto con una metodología adaptada para cada uno de ellos, Además, se evaluaron los costos de la empresa para desarrollar una estrategia de precios que sea acorde y adecuada.

Para validar el segmento de mercado se realizó un estudio en donde se emplearon encuestas y con ello describir el buyer persona, se consolidó el branding de la marca abarcando todos los aspectos necesarios tanto institucional como visual a través de un manual de identidad, y se asesoró al empresario sobre el registro de la marca ante el IMPI.

Se creó una estrategia especializada en redes sociales, generando contenido para publicaciones y creando una parrilla para redes sociales por un mes, asimismo, se propuso una plantilla de inspiración e indicaciones para una sesión de fotos una

vez las instalaciones estén terminadas. Este proyecto fue enfocado en preparar todo lo necesario para la apertura de Four Fitness Club, guiando al empresario en los trámites y documentos esenciales para que el gimnasio inicie operaciones de la manera más óptima, dando un entendimiento profundo de las finanzas, mercado meta, marketing e identidad visual de la marca, así el gimnasio puede implementar lo desarrollado para el plan de apertura y ser un éxito en esta al seguir las recomendaciones proporcionadas.

1. Introducción

1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

Historia y descripción:

Four Fitness Club nace en Jiquilpan, Michoacán, por los fundadores Omar Covarrubias quien inició el proyecto junto con su socio inversionista Clemente Covarrubias, con una apertura prevista para enero de 2025. Surge de la necesidad de ofrecer un servicio integral que rompa con el esquema tradicional de los gimnasios, el club ofrecerá distintos servicios como levantamiento de pesas, clases de baile/ejercicio y un restaurante propio para brindar una experiencia completa y diferente. Contará inicialmente con 8 empleados para asegurar un servicio de calidad en cada área. El objetivo es crear un espacio donde la comunidad pueda ejercitarse y disfrutar de una alimentación saludable en un solo lugar.

Contexto económico:

En cuanto al contexto económico y social de la empresa, se puede decir que la actividad económica de Four Fitness Club pertenece al sector de “Servicio de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos” con el código “713941” de acuerdo al Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Actualmente existen 24 empresas registradas en Michoacán, específicamente 10 en Jiquilpan y 14 en Sahuayo.

Razón de ser de la Empresa

Objetivo: Brindar una experiencia de bienestar con programas de entrenamiento personalizado, servicios de relajación y una alimentación saludable.

Funciones: Acondicionar las instalaciones, adquirir equipo adecuado para ejercitar, contratar personal capacitado para ofrecer el servicio de manera integral.

Estructura organizacional: Contarán inicialmente con un equipo de 8 colaboradores, considerada cómo una micro empresa.

1.2 Problemática u oportunidad detectada

Después de tener la entrevista con el empresario y realizar el diagnóstico inicial del club, logramos comprender la situación actual en la que se encuentra, sus objetivos a futuro y necesidades de desarrollo para la apertura del mismo para cumplir con las expectativas y metas esperadas para la adecuada apertura del club.

- La problemática que identificamos para Four Fitness Club es la falta de desarrollo en la identidad de marca, corporativa y estrategias de comunicación para el lanzamiento del servicio, ofreciendo una promoción adecuada en las plataformas digitales.

1.3 Objetivo general

Desarrollar identidad de marca e identidad corporativa para establecer estrategias de promoción y comunicación adecuadas a través de plataformas online y offline para el lanzamiento de Four Fitness Club durante los meses de agosto a diciembre de 2024.

1.4 Objetivos específicos

1. Validar misión, visión y valores
2. Realizar diagnóstico del producto y/o servicio mediante las 7 P's
3. Identificar y definir su mercado meta
4. Analizar la competencia
5. Analizar el sector y capacidades de la empresa (FODA)
6. Elaborar el diseño e identidad de la marca
7. Validar y recopilar información para el registro de la marca ante el IMPI
8. Elaborar una estrategia de precios
9. Generar estrategias de comercialización
10. Diseñar estrategias de promoción y publicidad
11. Crear redes sociales
12. Crear estrategias de comunicación digital
13. Desarrollar contenido y sugerencias para redes sociales
14. Diseñar POP (publicidad para punto de venta)

2. Planeación y seguimiento del proyecto

2.1 Metodología

Validar misión, visión y valores

- Verificar misión, visión y valores de la empresa ya establecidos y posteriormente validarlo con fuentes primarias.

Realizar diagnóstico del producto y/o servicio mediante las 7 P's

- Realizar un análisis del servicio, considerando las variables del mix de marketing (7 P's), recabando información en fuentes primarias.

Identificar y definir su mercado meta

- Describir el segmento de mercado, describiendo variables demográficas, psicográficas, geográficas y conductuales.

- Validar el mercado meta mediante un cuestionario.
- Realizar buyer persona.
- Analizar fuentes de datos existentes, como informes de investigación de mercado, datos gubernamentales y estudios académicos, para obtener información adicional sobre el mercado del Club deportivo.
- Elaborar cuestionario sobre el grado de satisfacción del cliente.

Analizar la competencia

- Analizar la competencia mediante fuentes secundarias (redes sociales) y fuentes primarias (mystery shopper).
- Analizar el sector o industria, realizando una investigación.

Analizar el sector y capacidades de la empresa (FODA)

- Analizar a los competidores para identificar las oportunidades y amenazas.
- Elaborar FODA y FODA estratégico.

Elaborar el diseño e identidad de la marca

- Comprender la visión, misión y valores fundamentales de la empresa.
- Analizar el mercado y la competencia en el sector de Club deportivo.
- Recopilar información sobre las preferencias del usuario.
- Presentar varias propuestas para el diseño de logotipo y validar con el empresario.
- Elaborar manual de identidad.

Validar y recopilar información para el registro de la marca ante el IMPI

- Investigar proceso de registro y costos (IMPI).
- Guiar al empresario durante el proceso del trámite.

Elaborar una estrategia de precios

- Recopilar información financiera e inversión de empresario.
- Realizar análisis de los precios del mercado.
- Comprender la percepción de valor del cliente.
- Evaluar la rentabilidad.
- Seleccionar la estrategia de precios que se alinee con el posicionamiento de la marca.
- Implementar la estrategia de precios.

Generar estrategias de comercialización

- Realizar escenario To-Be.
- Considerar FODA estratégico para sugerir estrategias adecuadas con sus respectivas tácticas para el lanzamiento del servicio.

Diseñar estrategias de promoción y publicidad

- Analizar estrategias de promoción exitosas en la industria.
- Evaluar tendencias en publicidad y promoción.
- Definir mensajes clave que resaltan los valores y beneficios del Club deportivo.
- Considerar resultados del FODA estratégico y crear tácticas de promoción y publicidad.

Crear redes sociales

- Realizar el registro del club en las redes sociales correspondientes.

Crear estrategias de comunicación digital

- Realizar brief y objetivos de comunicación digital
- Realizar estrategias de pautas pagadas en redes sociales.
- Realizar parrilla de contenido para redes sociales por un mes.
- Realizar auditoría de perfiles de la competencia como guía aspiracional en redes sociales y FODA digital.

- Crear estrategias de comunicación en plataformas adecuadas, considerando el FODA estratégico.

Desarrollar contenido y sugerencias para redes sociales

- Realizar una descripción general del contenido y sugerencias: establecer el objetivo, así como el concepto que vaya acorde a lo que es la marca y sus valores del Club.
- Hacer una plantilla de inspiración.
- Realizar una propuesta estética de la producción fotográfica y videos: el tipo de iluminación, plantear la paleta de colores, etc.
- Crear contenido para lanzamiento.

Diseñar POP (publicidad para punto de venta)

- Realizar una propuesta de diseño del POP con su paleta de colores, logo de la empresa y tipografía.

2.2 Cronograma o plan de trabajo

ACTIVIDADES	PERIODO		
	RESPONSABLE	INICIO	FIN
Reunión con Omar	Equipo	14 ago	14 ago
Identificación de la problemática	Equipo	19 ago	19 ago
Desarrollo de objetivos general y específicos	Equipo	21 ago	21 ago
Desarrollo de metodología y entregables	Equipo	21 ago	21 ago
Creación de cronograma	Equipo	21 ago	21 ago
Realización de la presentación	Equipo	21 ago	26 ago
Presentación a Omar de la planeación del proyecto	Equipo	28 ago	28 ago
OBJETIVO ESPECÍFICO 1. Validar misión, visión y valores.			
Verificar misión, visión y valores de la empresa ya establecidos y posteriormente validarlo con fuentes primarias.	Cynthia	26 ago	28 ago
OBJETIVO ESPECÍFICO 2. Realizar diagnóstico del producto y/o servicio mediante las 7 P's			
Realizar un análisis del servicio, considerando las variables del mix de marketing (7 P's), recabando información en fuentes primarias.	Monse	26 ago	28 ago
OBJETIVO ESPECÍFICO 3. Identificar mercado meta			
Describir el segmento de mercado, describiendo variables demográficas, psicográficas, geográficas y conductuales.	Cynthia	2 sep	4 sep
Validar el mercado meta mediante un cuestionario	Cynthia	30 sep	2 oct
Realizar buyer persona.	Cynthia	2 sep	4 sep
Analizar fuentes de datos existentes, como informes de investigación de mercado, datos gubernamentales y estudios académicos, para obtener información adicional sobre el mercado del Club deportivo.	Cynthia	2 sep	4 sep
OBJETIVO ESPECÍFICO 4. Analizar la competencia			
Analizar la competencia mediante fuentes secundarias (redes sociales) y fuentes primarias (mystery shopper).	Cynthia	9 sep	11 sep
Analizar el sector o industria, realizando una investigación.	Cynthia	9 sep	11 sep
OBJETIVO ESPECÍFICO 5. Realizar análisis del sector y de las capacidades de la empresa (FODA)			
Analizar a los competidores para identificar las oportunidades y amenazas.	Monse	26 ago	11 sep
Elaborar FODA y FODA estratégico	Monse	26 ago	11 sep
OBJETIVO ESPECÍFICO 6. Elaborar el diseño e identidad de la marca			
Comprender la visión, misión y valores fundamentales de la empresa.	Mar	26 ago	18 sep
Analizar el mercado y la competencia en el sector de Club deportivo.	Frida	9 sep	18 sep
Recopilar información sobre las preferencias del usuario	Mar	9 sep	18 sep
Presentar varias propuestas para rediseño de logotipo y validar con empresario.	Frida	30 sep	2 oct
Elaborar manual de identidad.	Mar y Frida	9 sep	18 sep
OBJETIVO ESPECÍFICO 7. Validar y recopilar información para el registro de la marca ante el IMPI			
Investigar proceso de registro y costos (IMPI).	Frida	9 sep	11 sep
Guiar al empresario durante el proceso del trámite.	Frida	9 sep	11 sep
OBJETIVO ESPECÍFICO 8. Elaborar una estrategia de precios			
Recopilar información financiera e inversión de empresario.	Equipo	23 sep	2 oct
Realizar análisis de los precios del mercado.	Equipo	23 sep	2 oct
Comprender la percepción de valor del cliente.	Equipo	23 sep	2 oct
Evaluar la rentabilidad.	Equipo	23 sep	2 oct
Seleccionar la estrategia de precios que se alinee con el posicionamiento de la marca.	Equipo	30 sep	2 oct
Implementar la estrategia de precios.	Equipo	23 sep	2 oct

OBJETIVO ESPECÍFICO 9. Generar estrategias de comercialización			
Realizar escenario To-Be.	Monse	16 sep	16 oct
Considerar FODA estratégico para sugerir estrategias adecuadas con sus respectivas tácticas para el lanzamiento del servicio.	Monse	30 sep	2 oct
OBJETIVO ESPECÍFICO 10. Diseñar estrategias de promoción y publicidad			
Analizar estrategias de promoción exitosas en la industria.	Mar	9 sep	6 nov
Evaluar tendencias en publicidad y promoción.	Mar	9 sep	6 nov
Definir mensajes clave que resalten los valores y beneficios del Club deportivo.	Frida	9 sep	6 nov
Considerar resultados del FODA estratégico y crear tácticas de promoción y publicidad.	Frida	9 sep	6 nov
OBJETIVO ESPECÍFICO 11. Crear redes sociales			
Realizar el registro del club en las redes sociales correspondientes.	Cynthia	30 sep	9 oct
Subir contenido acorde a la apertura para asegurar el interés del público.	Cynthia	30 sep	2 oct
OBJETIVO ESPECÍFICO 12. Crear estrategias de comunicación digital			
Establecer objetivos SMART (específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales).	Equipo	30 sep	2 oct
Realizar estrategias de pautas pagadas en redes sociales.	Equipo	30 sep	9 oct
Realizar parrilla de contenido para redes sociales por un mes.	Equipo	30 sep	9 oct
Realizar auditoría de perfiles de la competencia como guía aspiracional en redes sociales y FODA digital.	Equipo	30 sep	9 oct
Crear estrategias de comunicación en plataformas adecuadas, considerando el FODA estratégico.	Equipo	30 oct	9 oct
OBJETIVO ESPECÍFICO 13. Desarrollar contenido y sugerencias para redes sociales			
Realizar una descripción general del contenido y sugerencias: establecer el objetivo, así como el concepto que vaya acorde a lo que es la marca y sus valores del Club.	Equipo	14 oct	23 oct
Hacer una plantilla de inspiración.	Mar	14 oct	23 oct
Realizar una propuesta estética de la producción fotográfica y videos: el tipo de iluminación, plantear la paleta de colores, etc.	Mar	14 oct	23 oct
Crear contenido para lanzamiento.	Equipo	14 oct	23 oct
OBJETIVO ESPECÍFICO 14. Diseñar POP (publicidad para punto de venta)			
Realizar una propuesta de diseño del POP con su paleta de colores, logo de la empresa y tipografía.	Equipo	23 sep	23 oct
RESULTADOS FINALES			
Revisión y entrega del reporte PAP	Equipo	13 nov	20 nov
Elaboración y revisión de presentación final	Equipo	13 nov	20 nov
PRESENTACIÓN RESULTADOS FINALES			
Presentación Final maestros	Equipo	25 nov	25 nov
Presentación Final Empresarios	Equipo	27 nov	27 nov

Recursos Necesarios:

- **Humanos:** Equipo multidisciplinario de estudiantes: Lic. en Mercadotecnia, Lic. en Comercio y Negocios Globales, Lic. en Diseño de Modas, Lic. en Publicidad y Comunicación Estratégica, Profesores PAP, asesores de diferentes áreas y Empresario.
- **Materiales:** Útiles en general, celulares, computadoras, entre otros.
- **Económicos:** Gastos que competen al empresario para realizar trámites ante IMPI.
- **Tecnológicos:** Internet, computadoras, dispositivos móviles, Google Drive, WhatsApp, acceso a diversas redes sociales, correo electrónico, herramientas y programas de diseño.

- **De Tiempos:** Establecidos en el cronograma de trabajo.

2.3 Productos y Entregables

- Documento digital con la descripción de misión, visión y valores redactados apropiadamente.
- Documento digital con informe sobre el análisis detallado de las 7P's del producto.
- Documento digital con descripción mercado meta, buyer persona, resultados, análisis de la investigación de mercado y cuestionario de satisfacción del cliente.
- Documento digital análisis de la competencia.
- Documento digital con FODA y FODA estratégico de la empresa.
- Documento con manual de identidad con archivo editable de logo.
- Documento con requisitos para registro de marca ante IMPI.
- Documento digital con estrategia de precios y plan de ejecución.
- Documento digital con estrategias de comercialización, el escenario To-Be y tácticas del lanzamiento del servicio.
- Documento digital considerando propuestas de promoción y publicidad con sus respectivas tácticas.
- Documento con información de apertura para redes sociales.
- Documento digital con brief y objetivos de comunicación, parrilla de redes sociales por 1 mes considerando pautas pagadas, guía aspiracional, FODA digital y estrategias de comunicación.
- Carpeta digital con plantilla de inspiración y contenido de lanzamiento editable.
- Diseño digital de propuesta POP considerando el material adecuado.

3. Desarrollo

3.1 Sustento teórico

Glosario de definiciones y conceptos importantes que fueron usados y empleados en el proyecto, para la elaboración de los distintos entregables y el cumplimiento de los objetivos.

- Misión, visión y valores: La misión es el propósito que justifica la razón de ser de una empresa, la visión es el objetivo que aspira a alcanzar y los valores son los principios éticos que guiarán su actividad.
- Buyer Persona: Es una representación ficticia del público objetivo de una empresa mediante la que podemos conocer con detalle a su audiencia para crear estrategias de marketing lo más orientadas posible a partir de sus necesidades.
- Mercado Meta: Conjunto de personas que resulta al agruparlas tomando en cuenta sus necesidades, características demográficas e intereses y que conforman al destinatario ideal de las ofertas.
- Mystery Shopper: El mystery shopper es una herramienta de investigación de mercados para conocer la forma de trabajar de una empresa y mejorar su relación con el cliente. Es una persona que se hace pasar como un cliente común del establecimiento, por lo que debe pasar desapercibido para que ninguno de los empleados sepa que está ahí para evaluar su desempeño y actúen como acostumbran hacerlo.
- Manual de Identidad: Documento que recopila las directrices a seguir para mantener un orden sobre la identidad visual de una empresa.
- Benchmarking: Estudio profundizado sobre los competidores para entender las estrategias y mejores prácticas utilizadas por ellos.
- Marketing Digital: También llamado publicidad digital, publicidad digital pagada, pautas pagadas, o pautas de publicidad digital, son todas aquellas campañas de publicidad que se pueden desarrollar en plataformas digitales y redes sociales como Instagram y Google, y que son pagadas con recurso monetario.
- FODA estratégico: Resume tanto los puntos fuertes y débiles de la empresa, como las amenazas y oportunidades externas, con el fin de diseñar estrategias.
- 7p's: El Marketing Mix engloba siete variables o elementos: producto, precio, plaza, promoción, personas, procesos y presencia física. Esta estrategia también es conocida como “mezcla comercial” o las “7P's”.

- Tácticas de promoción y publicidad: Las tácticas de marketing son tareas específicas diseñadas para ejecutar tu estrategia y alcanzar tus objetivos de marketing. Te ayudan a atraer a tu público objetivo, maximizar las ventas y seguir siendo competitivo.
- Estrategia de precios: Es una forma de determinar el mejor precio para tu producto o servicio utilizando un modelo analítico.
- Modelo To-Be: Define el estado futuro deseado del proceso, sistema o negocio. El modelo To-Be describe cómo debería funcionar el proceso en el futuro para alcanzar los objetivos deseados.
- Punto de Equilibrio: Es el punto en el que los ingresos de una empresa son iguales a sus costos. En este punto, la empresa no está ganando ni perdiendo dinero. El punto de equilibrio se utiliza para determinar la viabilidad económica de un proyecto o negocio.
- Margen de Contribución Total: Es la diferencia entre los ingresos totales de una empresa y sus costos variables. El margen de contribución total indica la cantidad de dinero que una empresa tiene disponible para cubrir sus costos fijos y obtener ganancias.
- Brief de comunicación: Es una herramienta que ofrece una visión, antecedentes, el momento actual y datos que ayuden a entender lo que se requiere hacer y el porqué de hacerlo. Es un documento estratégico que debe tener objetivos muy claros para desarrollar las acciones necesarias a fin de cumplirlos.
- Pautas pagadas: Pautar en redes sociales consiste en pagar para que tus anuncios le aparezcan a los usuarios de una red social. Esta forma de publicidad funciona a coste por clic CPC, es decir, que solo pagas si el usuario hace click en tu publicidad.

3.2 Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados

En este apartado se muestra el desglose de las actividades realizadas conforme el plan del trabajo establecido.

OBJETIVO 1 Validar misión, visión y valores

Misión, Visión y Valores

Con el correcto desarrollo de la misión y visión, se lograrán perfilar los objetivos de la empresa, la manera que se aproximará a su público y sus estrategias de crecimiento y desarrollo futuro. Mientras que los valores forman parte de los fundamentos de la cultura organizacional o la filosofía de la empresa, que es todo ese pensamiento el cual engloba la razón de ser y actuar de una organización.

MISIÓN

Misión Actual: “Crear un espacio acogedor donde puedan alcanzar sus metas de bienestar”

A continuación se describen en esta tabla las variables que reúne y las que hace falta considerar para que realmente la misión sea completa y congruente con el negocio.

Componente	Sí / No
Es actual	Sí
Producto / Servicios	No
Mercados	No
Tecnología	No
Orientada al consumidor	Sí
Filosofía	No
Diferenciación	No

Preocupación por imagen	Sí
Preocupación por empleados	No

Considerando los resultados obtenidos de la misión actual con respecto a la tabla y las variables que debe tener la misión, es necesario reestructurar para completarla, razón por la cual se presentan las siguientes propuestas:

- **Propuesta 1:** "Ofrecer una experiencia única de bienestar, integrando programas de actividad física y opciones de nutrición saludable en un ambiente que inspira y motiva."
- **Propuesta 2:** "Ser un centro integral de bienestar que ofrece entrenamiento físico y nutrición saludable en un entorno diseñado para inspirar y motivar a cada persona."
- **Propuesta 3:** "Ofrecer una experiencia integral de bienestar que combine ejercicio y alimentación saludable en un ambiente acogedor y motivador."

PROPUESTA ELEGIDA: "Ofrecer una experiencia única de bienestar, integrando programas de actividad física y opciones de nutrición saludable en un ambiente que inspira y motiva."

VISIÓN

Visión Actual: "Queremos ser reconocidos como el destino preferido para aquellos que buscan mejorar su salud y bienestar"

Considerando visión actual se valida con las siguientes variables de la tabla:

Componentes	Sí / No
Específico	Sí
Medible	No
Realizable	Sí

Realista	Sí
Definido temporalmente	No

Al no considerar que la visión debe ser medible y tener definido temporalmente es necesario ofrecer las siguientes propuestas:

- **Propuesta 1:** "Ser el destino preferido para quienes buscan transformar su vida a través de un enfoque completo en bienestar, fusionando entrenamiento y una alimentación saludable."
- **Propuesta 2:** "Ser el líder en bienestar integral, ofreciendo una experiencia única de fitness y nutrición que inspire a nuestros miembros a alcanzar sus metas."
- **Propuesta 3:** "Ser reconocidos como el club de bienestar, donde el ejercicio y la alimentación saludable se fusionan para ofrecer una experiencia integral que mejore la calidad de vida de nuestros miembros."

PROPUESTA ELEGIDA: "Ser el líder en bienestar integral, ofreciendo una experiencia única de fitness y nutrición que inspire a nuestros miembros a alcanzar sus metas."

VALORES

Valores Actuales: Compromiso, Integridad, Innovación y Comunidad.

- **Valores Sugeridos:** Bienestar, Compromiso, Innovación, Integridad y Comunidad.

A continuación se da una explicación de porque son sugeridos estos valores:

1. Bienestar: Es el corazón del club, todo gira en torno a mejorar la salud y calidad de vida de los miembros.
2. Compromiso: Asegura que el club cumpla con las expectativas de los clientes, generando confianza y lealtad.
3. Innovación: El club es atractivo, ofreciendo un lugar diferente en el municipio con nuevas y mejores experiencias.
4. Integridad: Ayuda a construir una reputación sólida al actuar con honestidad y transparencia.
5. Comunidad: Fomentar un ambiente de apoyo y pertenencia, enriqueciendo la experiencia de los miembros.

VALORES ELEGIDOS: Bienestar, Compromiso, Innovación, Integridad y Comunidad.

OBJETIVO 2
Realizar diagnóstico del producto y/o servicio mediante las 7 P's

El Marketing engloba siete variables o elementos: producto, precio, plaza, promoción, personas, procesos y presencia física. En la tabla que se presenta a continuación, se puede observar de manera más gráfica y entendible la gama de servicios que ofrecerá Four Fitness Club.

NOTA: Debido a que es un servicio que próximamente se ofrecerá, todo lo que se presenta está fundamentado en base a investigación de fuentes primarias y secundarias, considerando la competencia y de acuerdo al estudio financiero.

PRODUCTO
• Gym • Vapor • Restaurante • Clases extras • Venta de proteína • Renta de lockers • Estacionamiento

PRECIO
• \$550 pagando en efectivo • \$499 con pagos domiciliados • \$100 lockers • \$100 clases extras

PLAZA
• Jiquilpan Av. Circunvalación #29, Jiquilpan, Michoacán.

PROMOCIÓN
Four Fitness Club contará con página en Instagram, Facebook y WhatsApp Business para promoción.

PERSONAS
Individuos con interés de realizar actividad física para mejorar su bienestar, considerando programas de entrenamiento, servicios de relajación y una alimentación saludable.

PROCESOS
Omar Covarrubias busca acondicionar las instalaciones, adquirir equipo adecuado para que los usuarios realicen la actividad física con apoyo de personal capacitado para ofrecer el servicio de manera integral.

El servicio se dará a conocer a través de redes sociales y de boca en boca.

PRESENCIA FÍSICA

Los fundadores Omar y Clemente Covarrubias se apoyan de personal capacitado para cubrir las diferentes áreas y ofrecer un servicio integral a las personas que tengan interés en realizar actividad física para mejorar su bienestar y alimentación saludable en Four Fitness Club.

OBJETIVO 3 **Identificar y definir su mercado meta**

A continuación se describe el segmento de mercado, considerando variables demográficas, psicográficas, geográficas y conductuales.

Segmento de Mercado

Segmento de Cliente Final Joven

Hombres y mujeres de 18 a 35 años de nivel socioeconómico A/B, C+, que vivan dentro del municipio de Jiquilpan, Michoacán y sus alrededores, que valoren una vida activa y deportiva, les encante hacer ejercicio de diferentes tipos: cardio, pesas, clases de baile, entre otras. Busquen mantenerse saludables y mejorar su estado de ánimo.

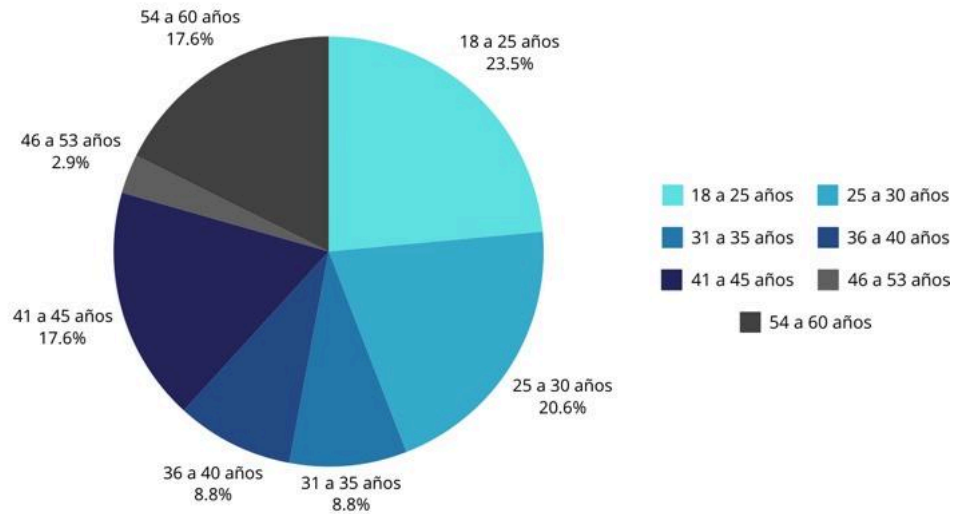
Segmento de Cliente Final Adulto

Hombres y mujeres de 36 a 60 años de nivel socioeconómico A/B, C+, que vivan dentro de Jiquilpan, Michoacán y sus alrededores, que valoren un enfoque integral para ejercitarse y mantener una vida saludable.

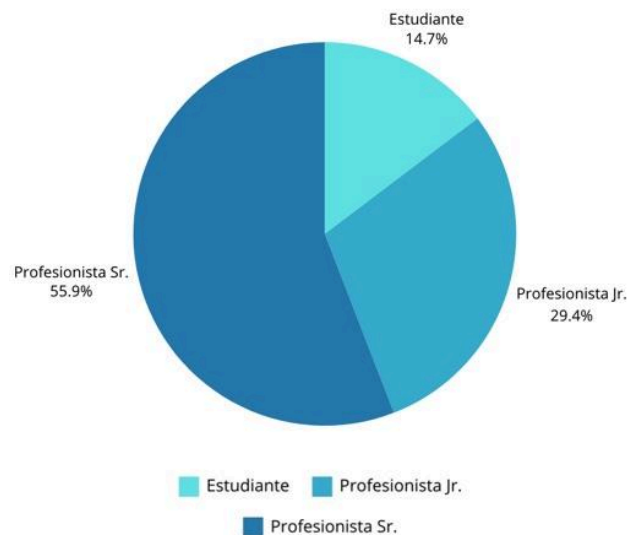
Validación de mercado meta

Se realizó una investigación de mercado, tipo sondeo, en Jiquilpan, Michoacán y sus alrededores, lugar donde se ofrecerá los servicios de Four Fitness Club en la cual obtuvimos 34 respuestas que se presentan a continuación:

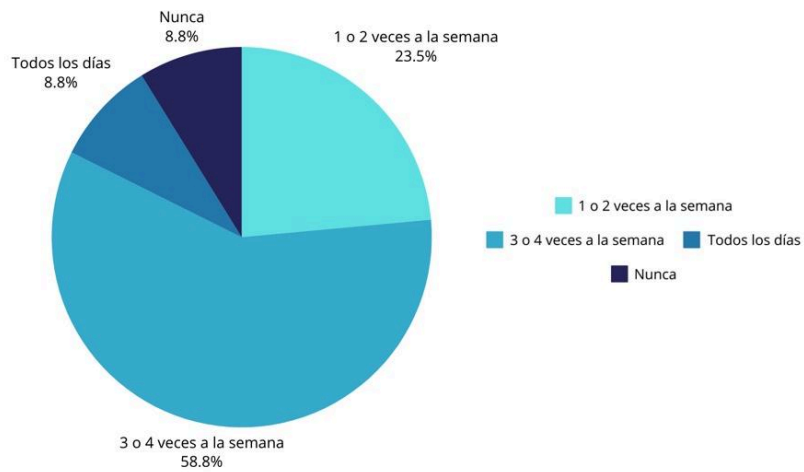
EDAD



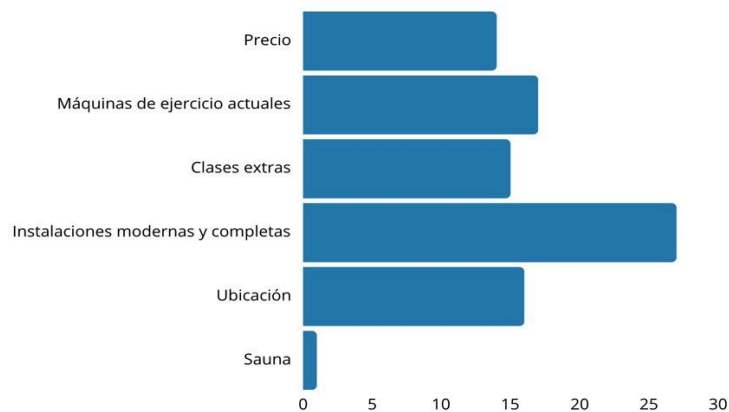
OFICIO



¿Te consideras una persona activa?



De los siguientes elementos, escoge los 3 que sean más importantes para ti



¿Qué te gustaría que un gimnasio ofreciera a diferencia de otros?

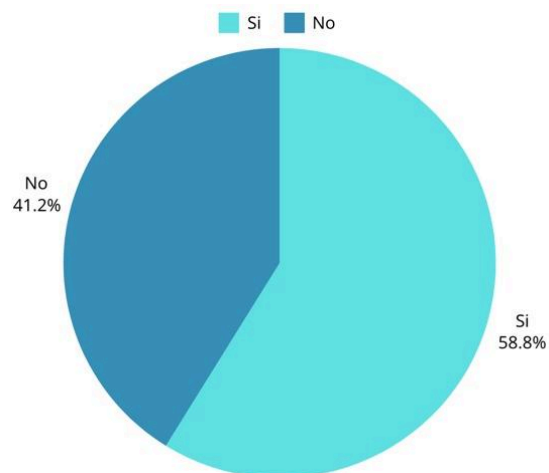
- Instalaciones diferentes
- Comida saludable
- Vapor
- Estacionamiento
- Buena música
- Buen ambiente
- Clases funcionales
- Limpieza
- Natación
- Instructores preparados

- Lockers limpios
- Buenos aparatos

¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una membresía en un club con gimnasio integral, sauna, regaderas, vestidores, restaurante / comedor?

- \$400 a \$550
- **\$500**
- \$700
- \$1000
- \$1200

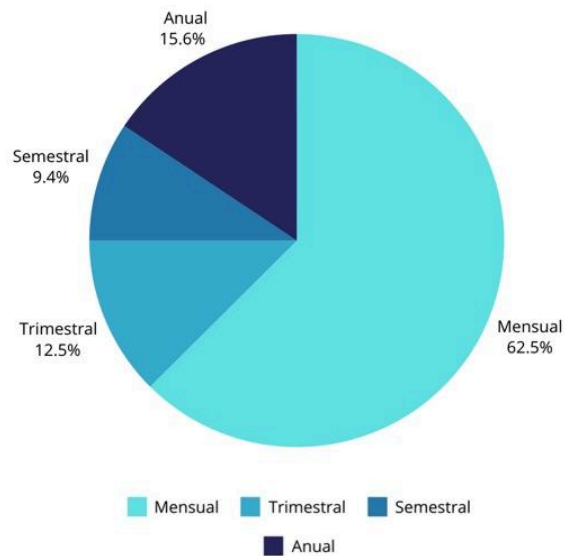
¿Estarías dispuesto a pagar extra por clases funcionales o de barre en un gimnasio en el cual pagas membresía?



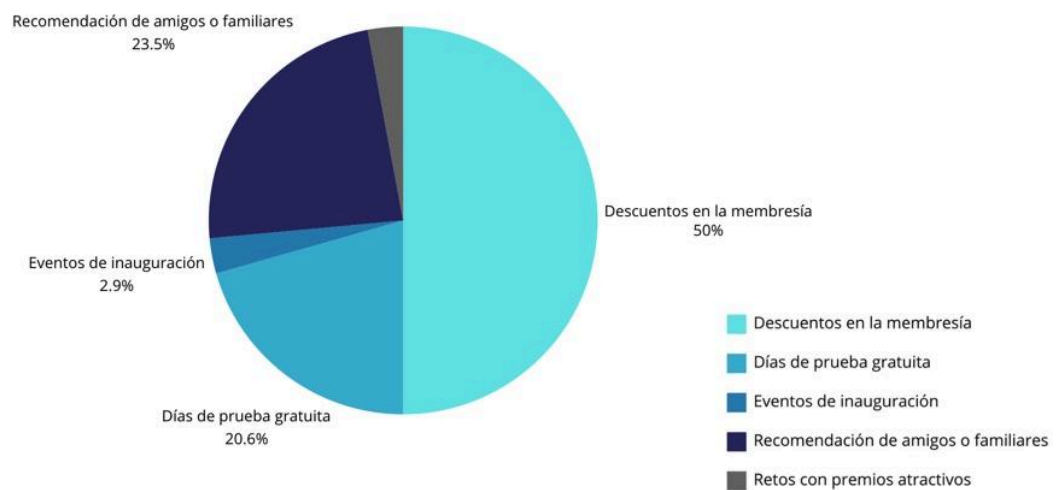
En base a la pregunta anterior, si la respuesta fue sí, ¿cuánto estarías dispuesto a pagar por una clase?

- \$20
- \$30
- \$50
- \$80
- **\$100**
- \$200

¿Qué tipo de membresía te es más atractiva?



¿Qué eventos o promociones te motivarían a unirme a un nuevo gimnasio?



Conclusión

- Se valida el segmento del mercado de acuerdo al sondeo que se realizó, por lo que se evidencio que los clientes para Four Fitness Club son hombres y mujeres de 18 a 35 años y de 36 a 60 años, nivel socioeconómico A/B, C+, entre ellos son estudiantes y profesionistas, que les gusta ejercitarse y mantenerse saludables.
- Comenta el mercado objeto que prefieren instalaciones modernas y completas que tengan máquinas de ejercicio actuales, además que cuenten con vapor, instalaciones y equipos limpios e instructores preparados a un precio accesible (\$500 mensuales), lo cual todo esto que solicitan es lo que Four Fitness Club tiene planeado ofrecer, además incluir un descuento en la membresía por inauguración.
- En cuanto a las clases extras (barre y funcionales) los usuarios están dispuestos a pagar por 1 clase \$100.

Buyer Persona

Un buyer persona es un personaje ficticio que se construye a partir de la etnografía de una población (edad, sexo, costumbres, creencias, entre muchas otras). Con un buyer persona adecuado y acertado para la empresa, se pueden hacer muchas mejoras, como por ejemplo, aplicar estrategias de ventas más adecuadas para acercarse al mercado meta.

A continuación se presenta el buyer persona que se realizó para Four Fitness Club.

Buyer Persona Cliente Final Joven



Buyer Persona Cliente Final Adulto



A buyer persona card for Javier Molina, a 55-year-old male engineer. The card is divided into several sections: a profile section with a photo and basic info, a table of personal details, and seven boxes describing his motivations, objectives, tastes, abilities, personality, social media, and brand preferences.

JAVIER MOLINA

EDAD	55 años
SEXO	Hombre
UBICACIÓN	Jiquilpan, Mich.
EDUCACIÓN	Licenciatura
OCUPACIÓN	Ingeniero en Gestión Empresarial
ESTADO CIVIL	Casado

MOTIVACIONES

- Comparte sus conocimientos con personas en temas de su interés.
- Llevar un estilo de vida saludable.
- Le gusta encontrar espacios donde pueda relajarse y liberarse del estrés mientras cuida su cuerpo.

OBJETIVOS

Javier disfruta mantenerse activo y saludable explorando nuevas actividades físicas que se adapten a su ritmo de vida, lo que le permite mejorar su bienestar personal y lograr un equilibrio entre su vida profesional y familiar.

GUSTOS Y AFICIONES

- Le gusta pasar tiempo con su familia.
- Le gusta leer.
- Le gusta asistir a clases de entrenamiento funcional para mantenerse saludable.
- Prefiere entrenar en las mañanas para comenzar el día con energía.
- Le gusta participar en maratones.

HABILIDAD

- Utiliza el internet para revisar las opiniones de diferentes gimnasios para conocer las experiencias de otros usuarios.
- Generar ideas innovadoras.
- Trabajar en equipo.

PERSONALIDAD

Creativo ☐ Metódico ☒

Sentimental ☒ Pensativo ☐

extrovertido ☒ Introverso ☐

REDES SOCIALES

- Facebook
- X
- LinkedIn
- WhatsApp

MARCAS

- Audi
- Four Fitness Club
- EFSV Suplementos
- Nike

Cuestionario de Satisfacción del Cliente

Este cuestionario ayudará a Four Fitness Club a comprender mejor las necesidades y experiencias de sus clientes, permitiendo ajustes para mejorar el servicio y la satisfacción general.

Link encuesta en formato Google Forms:

<https://forms.gle/6U2K5JjkRBqUMVax7>

Instrucciones: Marca la opción que mejor describa tu experiencia en Four Fitness Club.

¿Con qué frecuencia asistes a Four Fitness Club?

- Diariamente
- Semanalmente
- Mensualmente
- Ocasionalmente

¿Cómo te enteraste de Four Fitness Club?

- Recomendación de un amigo/familia
- Redes sociales
- Otro (por favor, especifica): _____

¿Qué área utilizaste durante tu última visita? (por favor, especifica cuáles):

- Gimnasio
- Restaurante
- Áreas funcionales
- Vapores
- Otro: _____

¿Cómo calificarías la calidad de las instalaciones?

- Muy satisfactoria
- Satisfactoria
- Neutral
- Insatisfactoria
- Muy insatisfactoria

¿Cómo calificarías la calidad de los equipos?

- Muy satisfactoria
- Satisfactoria
- Neutral
- Insatisfactoria
- Muy insatisfactoria

¿La cantidad de equipo que ofrece Four Fitness Club, es el adecuado para el número de personas que asisten?

- Si
- No

¿Por qué?

De las actividades y servicios que ofrecemos, ¿hubo alguna opción que no encontraste y te gustaría que ofreciéramos?

¿Cómo calificarías el servicio al cliente de Four Fitness Club?

- Muy satisfactoria
- Satisfactoria
- Neutral
- Insatisfactoria
- Muy insatisfactoria

¿Algún comentario adicional o sugerencia que te gustaría compartir?.

Tu opinión es muy importante para nosotros.

Por favor proporciona tu dirección de correo electrónico o número telefónico:

OBJETIVO 4
Analizar la competencia

Fuentes secundarias

Análisis de los Competidores en Michoacán (Jiquilpan y Sahuayo)

Se llevó a cabo una búsqueda detallada en diferentes medios, entre los cuales principalmente se usaron redes sociales (Instagram y Facebook) y Google como motor de búsqueda, con la finalidad de buscar y encontrar negocios que se desempeñen en el mismo giro que Four Fitness Club y que ofrezcan los mismos servicios. Los resultados de la búsqueda y la comparativa usando las 4 Ps de Marketing se encuentran a continuación.

Nombre	Producto / Servicio	Precio	Plaza	Promoción y/o publicidad
Four Fitness Club	Gym Vapor Restaurante Clases extras Venta de proteína Renta de lockers Estacionamiento	<u>Gym</u> \$550 mensualidad en efectivo \$499 mensualidad con tarjeta <u>Lockers</u> \$100 mensuales <u>Clases</u> \$100 mensuales	Av. Circunvalación 29, Quinta la Selva, 59510, Jiquilpan, Michoacán.	N/A
Olimpo Gym	Gym Venta de proteína Estacionamiento	<u>Gym</u> \$370 Mensualidad \$250 15 días \$175 1 semana \$40 1 día Anualidad - 1 sucursal \$4500 - 2 sucursales \$5400	Calle Gral. Ornelas Pte. 143, Centro 1, 59510 Jiquilpan de Juárez, Mich.	Publicidad: Comunicación por medio de redes sociales (Instagram, Facebook) Promoción: N/A
Urban Fitness	Gym Estacionamiento	<u>Gym</u> \$370 Mensualidad general \$320 Mensualidad estudiante \$200 15 días \$120 1 semana \$50 1 visita	Calle Prof. Fajardo Sur 363, La Alameda, Centro 1, 59517 Jiquilpan de Juárez, Mich.	Publicidad: Comunicación por medio de Facebook. Promoción: N/A
Body Power Gym	Gym Spinning Vapor Estacionamiento	<u>Gym</u> \$445 Mensual \$1,180 Trimestral \$2,250 Semestral \$4,230 Anual \$50 Visita \$210 Semana \$280 Quincena <u>Spinning</u> Incluye en el paquete del gym.	C. Guerrero 420, Las Brisas, 59010 Sahuayo de Morelos, Mich.	Publicidad: Comunicación por medio de redes sociales (Instagram, Facebook). Promoción: N/A

Fuentes primarias

Mystery Shopper

Se realizó una investigación con fuentes primarias a través de mystery shopper en Jiquilpan y Sahuayo Michoacán, considerando la competencia directa para Four Fitness Club, con el fin de asegurar que el club ofrezca la mejor experiencia posible y detectar áreas de mejora, como se presenta a continuación:

NOTA: Considerándose 5 como mayor puntaje y mejor evaluada y 0 como menor puntaje o equivalente a que no ofrecen el servicio.

- Competencia #1 **OLIMPO GYM**

Reporte de evaluación			
	Calificación	Puntaje Máximo	Comentarios
Instalaciones			
Equipamiento	5	/5	Si cuentan con suficiente equipo nuevo.
Limpieza	5	/5	Está limpio y en orden.
Ambiente	5	/5	Ambiente agradable.
Subtotal	15	15	
Atención al cliente			
Recepción	5	/5	Se encuentra en la entrada y te dan todos los informes.
Atención personalizada	5	/5	Te atienden bien y son amables.
Tiempo de respuesta	5	/5	Fueron rápidos y eficientes.
Subtotal	15	15	
Servicios ofrecidos			
Variedad de clases	0	/5	No cuentan con variedad de clases solo gym.
Asesoramiento	4	/5	Tienen instructores pero a ciertas horas.

Extras	0	/5	No cuentan con clases extras.
Subtotal	4	15	
Ambiente general			
Clima y música	5	/5	Cuentan con ventiladores en el techo, clima adecuado y tiene buena música.
Diseño y decoración	2	/5	Diseño no adecuado para el giro y sin decoración en paredes.
Comodidad	5	/5	Hay buen espacio entre los equipos y puedes entrenar bien.
Subtotal	12	15	
Políticas y precios			
Precios	5	/5	Sus precios están muy bien a lo que ofrece el gym.
Flexibilidad de membresías	4	/5	Tienen inscripciones y paquetes por el tiempo que quieras ir.
Promociones y ofertas	0	/5	No cuentan con promociones ni ofertas.
Subtotal	9	15	
TOTAL	55	75	
Observaciones	En general, el gym está muy bien, solo le falta mejorar en meter cosas extras para darle más valor y tener promociones u ofertas para que sea más atractivo para el cliente y acondicionar el espacio para que sea atractivo a la vista.		

- Competencia #2 **URBAN FITNESS**

Reporte de evaluación			
	Calificación	Puntaje Máximo	Comentarios
Instalaciones			
Equipamiento	3	/5	Equipo obsoleto.
Limpieza	1	/5	Lugar sucio, son pocas las partes que se veían limpias,

Reporte de evaluación			
			como que no le dan mantenimiento.
Ambiente	0	/5	Malo, el lugar no te hace sentir acogido.
Subtotal	4	15	
Atención al cliente			
Recepción	2	/5	El que atiende no te pone atención, solo me contesto "fijate en el pizarrón".
Atención personalizada	0	/5	No cuenta con una atención personalizada.
Tiempo de respuesta	2	/5	Duro rato en atenderme.
Subtotal	4	15	
Servicios ofrecidos			
Variedad de clases	0	/5	No cuentan con clases.
Asesoramiento	1	/5	No cuentan con instructores, el de la recepción es el que a veces da asesoramiento.
Extras	0	/5	No cuentan con actividades extras.
Subtotal	1	15	
Ambiente general			
Clima y música	1	/5	No cuentan con ventilación asistida, el lugar no se siente caliente pero es indispensable contar con clima y no tienen música cada quien pone en su celular.
Diseño y decoración	0	/5	No tienen diseño ni decoración adecuada.
Comodidad	4	/5	Instalación grande y espacios entre los equipos.
Subtotal	5	15	

Políticas y precios			
Precios	4	/5	Precios congruentes a lo que ofrecen.
Flexibilidad de membresías	4	/5	Tienen mensualidades o paquetes por el tiempo que el usuario quiera asistir.
Promociones y ofertas	0	/5	No cuentan con promociones ni ofertas.
Subtotal	8	15	
TOTAL	22	75	
Observaciones	En general, le falta mucho por mejorar e innovar a este gym, carece de atención óptima al cliente.		

- Competencia #3 **BODY POWER GYM**

Reporte de evaluación			
	Calificación	Puntaje Máximo	Comentarios
Instalaciones			
Equipamiento	3	/5	Si hay mucho equipo, pero falta actualizarlos, está muy viejo el equipo.
Limpieza	5	/5	Muy limpias las instalaciones y el equipo.
Ambiente	5	/5	El ambiente es agradable.
Subtotal	13	15	
Atención al cliente			
Recepción	5	/5	Te reciben bien y te dan todos los informes.
Atención personalizada	5	/5	Si lo hay.
Tiempo de respuesta	3	/5	Tardan un poco en atenderte, ya que solo hay una persona para atender a varias
Subtotal	13	15	

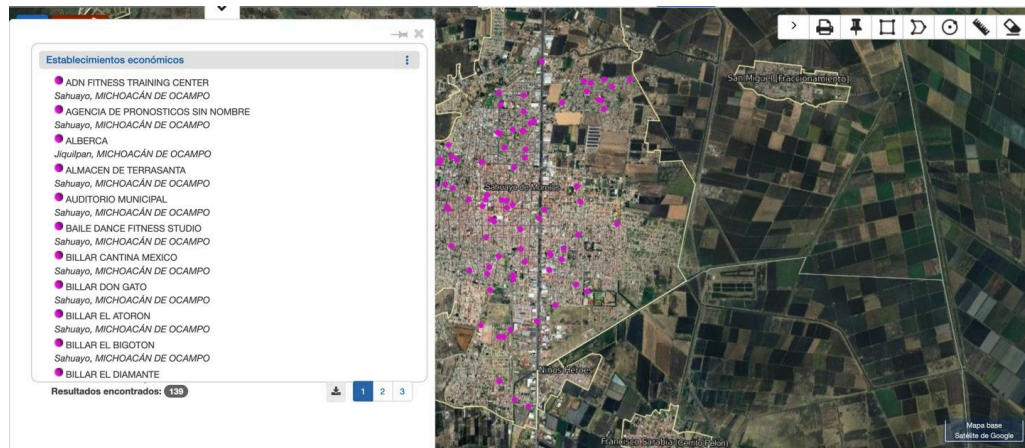
Servicios ofrecidos			
Variedad de clases	3	/5	Solo cuentan con spinning a ciertas horas.
Asesoramiento	2	/5	Le tienes que estar preguntando al instructor, no te corrige si lo haces mal.
Extras	3	/5	Solo spinning.
Subtotal	8	15	
Ambiente general			
Clima y música	3	/5	No cuentan con ventilación asistida.
Diseño y decoración	3	/5	Les hace falta remodelar, instalaciones viejas.
Comodidad	5	/5	Tienen mucho espacio entre los equipos, está cómodo.
Subtotal	11	15	
Políticas y precios			
Precios	5	/5	Cuentan con buenos precios, con respecto a lo que ofrecen.
Flexibilidad de membresías	1	/5	Las quitaron, solo tienen inscripciones y paquetes.
Promociones y ofertas	3	/5	Si tienen algunas veces pero no es mucho lo que baja de precio.
Subtotal	9	15	
TOTAL	54	75	
Observaciones	En general, le falta mejorar en atención al cliente, en sus servicios ofrecidos para que pueda atraer a más usuarios y en el diseño de sus instalaciones.		

NOTA: Cabe mencionar que lo que se investigó no existe algún punto de referencia para mejora y aplicarlo a Four Fitness Club, ya que los servicios e instalaciones superarán a lo que actualmente existe.

Análisis del Sector o Industria considerando Fuentes Secundarias

De acuerdo con el compendio de actividades económicas registrado en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) en

México, y considerando la diversidad de servicios ofrecidos por Four Fitness Club, se puede afirmar que se clasifica en la categoría de “Servicio de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos” bajo el código “713941”. Al realizar una indagación en esta categoría para los municipios de Michoacán, Jiquilpan y Sahuayo, debido a su tamaño, población y grado de urbanización, los datos proporcionados por DENUe corroboran la existencia actual 24 unidades de negocios dedicadas a esta actividad.



Captura de pantalla que exhibe los resultados obtenidos en la búsqueda realizada en DENUe.

NOTA: De acuerdo al DENUe arroja 139 unidades de negocio cuando realmente a las que son similares a lo que ofrece Four Fitness Club son 24 negocios.

OBJETIVO 5

Analizar el sector y capacidades de la empresa (FODA)

FODA

Mediante este análisis FODA se puede observar las fortalezas y oportunidades con las que cuenta la empresa, así como también las debilidades y amenazas que tiene el negocio, dando la posibilidad de mantener o mejorar los puntos positivos, pero de igual manera disminuir o eliminar los puntos negativos.

	POSITIVOS	NEGATIVOS
I N T E R N O S	Fortalezas • Objetivos claros de apertura. • Entrada funcional por 2 calles. • Cuenta con estacionamiento. • Infraestructura moderna y completa en comparación a otros gimnasios de la zona. • El terreno es propio. • Se ubica en la avenida principal para dar visibilidad y atraer a más clientes.	Debilidades • Falta de claridad en costos. • Poco personal en apertura. • Adaptación a la demanda actual.
E X T E R N O S	Oportunidades • Tendencias de estrategias de lanzamiento para apertura del servicio. • Análisis de mercado y competencia para crear estrategia exitosa.	Amenazas • Reacción de la competencia de la próxima apertura de Four Fitness Club. • Precios competitivos. • Competencia de ejercicios o actividades deportivas alternas. • Lealtad hacia otros gimnasios. • Competencia de gimnasios ya establecidos. • Cambio de reglamento en cuanto a la apertura.

FODA ESTRATÉGICO

Conociendo el FODA de Four Fitness Club, se lograron establecer una serie de estrategias a implementar, tanto para atacar las amenazas y debilidades, y poder sacar el mayor provecho posible a las oportunidades y fortalezas.

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
F O R T A L E Z A S	ESTRATEGIAS FO • Crear cuentas en redes sociales aptas para el mercado objetivo. • Hacer publicidad en redes sociales inicialmente de manera orgánica para verificar mercado, horario y días donde se tiene mayor alcance, posteriormente considerar estrategia de pautas pagadas, que resalte para que Four Fitness tenga una visión definida y que se dirige hacia metas específicas que benefician a sus clientes. • Incluir imágenes y videos de las instalaciones modernas en redes sociales para generar interés y confianza en el servicio que ofrecerá. • Considerar y analizar los resultados de la competencia para identificar áreas en las que Four Fitness pueda diferenciarse, como ofrecer paquetes integrales de fitness y alimentación	ESTRATEGIAS FA • Dar a conocer el valor agregado en cuanto a los servicios únicos y especializados, como entrenamientos personalizados, y clases que combinan ejercicio y nutrición. • Desarrollar una política de precios clara desde un principio. Crear paquetes de membresías sencillos y competitivos, destacando el valor agregado que se ofrece con servicios como el restaurante. • Ofrecer promociones de lanzamiento para generar engagement y atraer a la audiencia interesada en el fitness. • Estar preparados con estrategias de fidelización, como promociones especiales, planes de recomendación, y programas de membresías exclusivas que ofrecen más valor, ante la reacción rápida de los gimnasios competidores.

	saludable. • Comunicar el beneficio de contar con estacionamiento propio, lo que da tranquilidad a los clientes.	
D E B I L I D A D E S	ESTRATEGIAS DO • Contratar personal adecuado antes de la apertura y capacitarlo de acuerdo a descripción y perfil de puestos.	ESTRATEGIAS DA • Realizar encuestas periódicamente para conocer mejor los deseos de los clientes y adaptar los servicios del club de manera flexible para satisfacer la demanda de nuevas tendencias en fitness y bienestar. • Estar siempre al tanto de cualquier cambio regulatorio que pueda afectar la apertura y durante la operación del gimnasio.

OBJETIVO 6

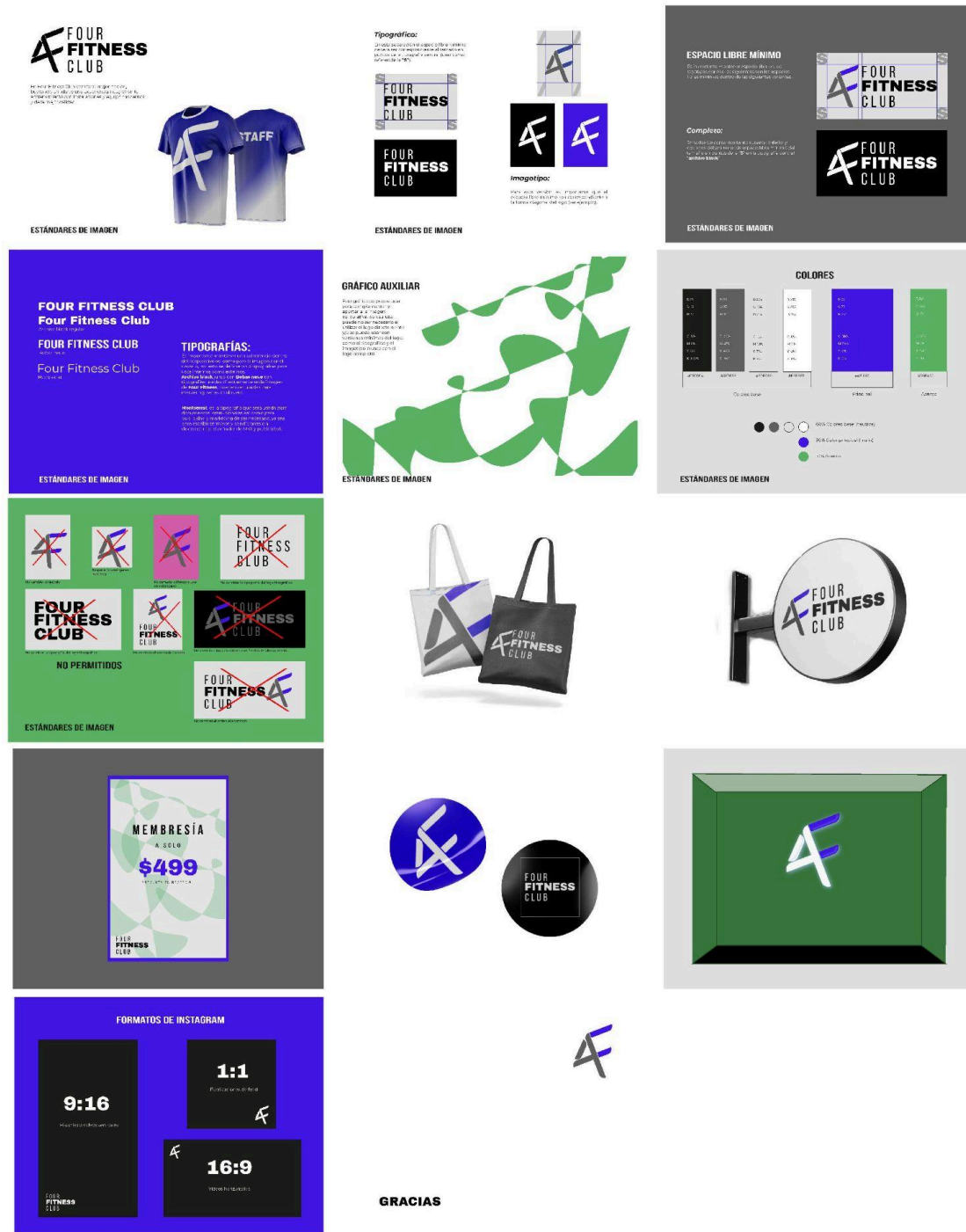
Elaborar el diseño e identidad de la marca

Para realizar la identidad de marca de Four Fitness Club, fue necesario comprender su visión, misión y valores fundamentales para posteriormente presentar al rededor de 5 opciones de logotipo con sus variaciones de imagotipo y logo tipográfico, así como la propuesta de la paleta de color, El empresario seleccionó lo más adecuado para Four Fitness Club.



Una vez seleccionado el logotipo, se realizaron ajustes solicitados por el empresario, se empleó un sondeo para validar el logotipo con personas externas y se trabajó el manual de identidad, en el cual se explican las medidas de espacio libre mínimo para el logotipo completo, logotipo tipográfico e imagotipo, se proporciona la paleta de color electa con los códigos específicos de cada color, así como la jerarquía del mismo. Se proporciona el uso de las tipografías empleadas y un gráfico auxiliar para potencializar la identidad visual del gimnasio, se explica lo que no se debe hacer bajo ninguna circunstancia con la imagen del logo, así como mockups

para visualizar la identidad de marca, como las medidas del contenido a utilizar.



OBJETIVO 7

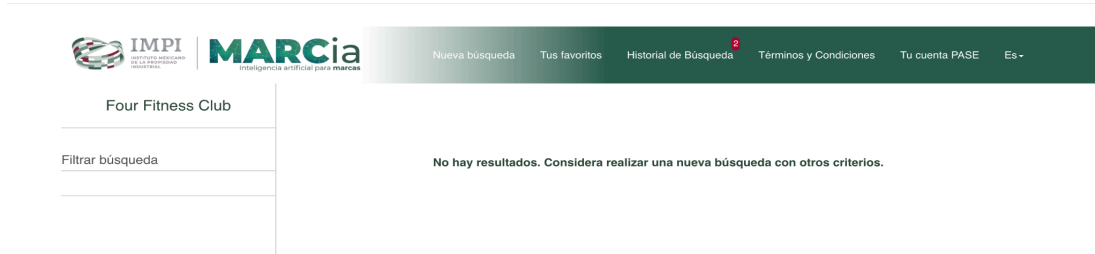
Validar y recopilar información para el registro de la marca ante el IMPI

El IMPI (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial) es el organismo público, descentralizado y jurídico, que se encarga de administrar legalmente el sistema de propiedad intelectual e industrial en México. Todas las marcas en sus distintas representaciones (nominativas, mixtas olfativas, etc.) y patentes que se usan comercialmente y para distintos fines, deben ser registradas y aprobadas ante el IMPI para asegurar su protección.

Todo registro de marca debe estar regido por la Clasificación de Niza, que es una clasificación universal e internacional de productos y servicios para registros de marca que fue establecido en 1957 en los países miembros del Arreglo de Niza. México es un miembro de este tratado, por lo que los registros ante el IMPI se hacen acorde a este lineamiento.

Dentro de la Clasificación de Niza, tomando en cuenta el giro, sector y /o actividad económica en la que se desempeña Four Fitness Club, se puede decir que pertenece a la Clase 41 ([...] *Educación, formación y **actividades deportivas*** [...]).

Realizando una búsqueda para la marca “Four Fitness Club” en MARCia (www.marcia.impi.gob.mx), la plataforma digital del IMPI en donde se hacen consultas de marcas registradas y en proceso de registro, se obtienen los siguientes resultados.



A partir de la búsqueda realizada en MARCia, se puede concluir que la **marca “Four Fitness Club” está disponible para registrarse de momento y se considera que es mixta porque consta de imagen y palabra.**

El pago de derechos al IMPI son \$3,114 (más honorarios del abogado). El proceso es recomendable hacerlo con ayuda legal para evitar problemas en

el registro, ya que se tiene que considerar una solicitud, cubriendo ciertos requisitos y trámites, razón por la cual sugerimos lo antes mencionado.

Proceso de solicitud ante el IMPI

Opciones para realizar el trámite:

En línea

1. Obtener la FIEL cómo persona física
2. Regístrate
3. Captura la solicitud
4. Adjunta los anexos en PDF
5. Realiza el pago en ventanilla bancaria o por transferencia
6. Firma con la FIEL
7. Descarga el acuse
8. Consultar mediante [MARCANET](#) para conocer el estatus
9. Espera la respuesta del Instituto ya que puedes ser notificado a través de tu Tablero Electrónico en <https://eservicios.impi.gob.mx/seimpi/action/rduml2>

Presencial

1. Llenar la solicitud
2. Adjunta los anexos
3. Realiza el pago en ventanilla bancaria o transferencia
4. Acude a las oficinas autorizadas para recibir solicitudes y promociones.
5. Presenta la solicitud y sus anexos.
6. Guarda tu acuse de recibo.
7. Consulta [MARCANET](#) para conocer el estatus de tu expediente.
8. Espera la respuesta del Instituto ya que puedes ser notificado en el domicilio que señala para oír y recibir notificaciones o bien, a través de la Gaceta de la Propiedad Industrial si así lo indicas en la solicitud.

Buzón en línea

1. Ingresa <https://buzonenlinea.impi.gob.mx>
2. Enviar en formato PDF la solicitud.
3. Provee los anexos que sean necesarios en formato PDF.

4. Realiza el pago en ventanilla bancaria o por transferencia electrónica y anexar comprobante del pago en formato PDF.
5. Enviar por Buzón en Línea.
6. Acude a las oficinas autorizadas para recibir solicitudes y promociones al día hábil siguiente de haber efectuado el envío.
7. Presenta la solicitud, sus anexos y el acuse de recibo del Buzón en Línea.
8. Guarda tu acuse de recibo.
9. Espera la respuesta del Instituto.

Correo o mensajería

1. Llena la solicitud.
2. Adjunta los anexos que sean necesarios.
3. Realiza el pago en ventanilla bancaria o por transferencia electrónica.
4. Acude a la oficina de correo o paquetería especializada más cercana a tu domicilio.
5. Envía la solicitud y sus anexos.
6. Guarda tu guía o acuse de recibo.
7. Consulta [MARCANET](#) para conocer el estatus de tu expediente.
8. Espera la respuesta del Instituto ya que puedes ser notificado en el domicilio que señala para oír y recibir notificaciones o bien, a través de la Gaceta de la Propiedad Industrial si así lo indicas en la solicitud.

Documentos necesarios

- Comprobante de pago (original y copia).
- Solicitud de protección de signos distintivos [A](#) o [B](#) (original).
- Hoja complementaria “[Datos generales](#)” (original).
- Documento que acredite la personalidad del mandatario (original, presentarse en copia certificada y la presentación es opcional).
- Constancia de inscripción en el Registro General de Poderes del IMPI (opcional, original y copia).
- Reglas de uso, solo si el signo distintivo se presenta por más de un solicitante (cotitularidad) (original).
- Otros, carta consentimiento o documentos que acrediten la adquisición de un carácter distintivo derivado del uso en el comercio. (original o copia certificada).

Documento en caso de que el espacio del apartado sea insuficiente

- Hoja adicional complementaria al punto “productos o servicios en caso de Marca o Aviso Comercial/giro comercial preponderante (original).
- Hoja adicional complementar al punto “leyendas o figuras no reservables” (original).

OBJETIVO 8 **Elaborar una estrategia de precios**

De acuerdo con la investigación realizada, se encontró que los gimnasios ofrecen distintas opciones de membresía, tales como mensualidad regular y para estudiantes, así como trimestrales, semestrales, anuales, quincenales, semanales, o por día/visita. Los precios mensuales de los gimnasios oscilan entre \$350 y \$500, lo que coloca a Four Fitness Club en un rango ligeramente superior en comparación con sus competidores. Sin embargo, esta diferencia en precio se justifica por la cantidad de productos y servicios que ofrece a sus clientes en relación con los demás.

En las siguientes imágenes se presenta una simulación de ingresos basada en la venta de diferentes productos, como clases, lockers, pagos en efectivo y con tarjeta de crédito. La estructura facilita el análisis de ingresos, pero podría no reflejar la realidad financiera del club, dado que algunos datos son un aproximado y conforme se vaya avanzando, los datos serán más precisos y ayudarán a que la empresa tenga una idea más clara de sus finanzas.

PRODUCTOS	PRECIO
Efectivo	\$ 550.00
Tarjeta de crédito	\$ 499.00
Lockers	\$ 100.00
Clases	\$ 100.00

Figura 8.1 Los productos de Four Fitness Club y sus precios
Fuente: Hoja simulación.

COSTOS FIJOS	MONTO
Renta	\$ 23,500.00
Servicios públicos	\$ 10,000.00
Mantenimiento	\$ 8,000.00
Salarios	\$ 40,000.00
Limpieza y suministros	\$ 2,000.00
Software	\$ 5,000.00
Agua	\$ 1,500.00
Luz	\$ 150.00
Gas	\$ 7,000.00
Comisión terminal	\$ 3,000.00
Equipos	\$ 248,258.83
Otros	\$ 2,000.00
Total	\$ 350,408.83

Figura 8.2 Desglose de los costos fijos.
Fuente: Hoja simulación.

COSTOS VARIABLES	\$ -
UTILIDAD DESEADA	\$200,000.00

Figura 8.3 Costos variables y utilidad deseada.
Fuente: Hoja simulación.

EQUIPOS	MONTO EN USD	DEPRECIACIÓN MENSUAL EN USD	MONTO EN PESOS
Caminadoras	30,000.00	2,500.00	\$ 48,425.00
Bicicletas	13,200.00	1,100.00	\$ 21,307.00
Barras	2,100.00	175.00	\$ 3,389.75
Elipticas	33,600.00	2,800.00	\$ 54,236.00
Equipo peso integrado	45,000.00	3,750.00	\$ 72,637.50
Equipo peso libre	29,900.00	2,491.67	\$ 48,263.58
Total	153,800.00	12,816.67	\$ 248,258.83

Figura 8.4 Desglose de los equipos y su depreciación.
Fuente: Hoja simulación.

	EFFECTIVO	TARJETA	LOCKERS	CLASES	TOTAL	PUNTO DE EQUILIBRIO
Precio	\$ 550.00	\$ 499.00	\$ 100.00	\$ 100.00		
Costo variable	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		
Margen de contribución	\$ 550.00	\$ 499.00	\$ 100.00	\$ 100.00		
Porcentaje de participación	30%	50%	10%	10%	100%	
Margen de contribución %	\$ 165.00	\$ 249.50	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 434.50	
Número de ventas	380	633	127	127		1,267
Ventas	\$ 209,016.01	\$ 316,057.55	\$ 12,667.64	\$ 12,667.64	\$550,408.83	
Costo variable	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Margen de contribución total					\$550,408.83	
Costos fijos totales					\$350,408.83	
Utilidad operativa					\$200,000.00	

Figura 8.5 Simulación financiera.

Fuente: Hoja simulación.

Se realizó un escenario general del punto de equilibrio con un precio fijo de \$550. El punto de equilibrio es de 637 productos vendidos al mes para cubrir estos costos. Además, si se desea generar una utilidad de \$200,000 mensuales, se necesitan vender 1,001 productos. El análisis muestra un enfoque claro en cubrir los costos fijos mediante un volumen elevado de ventas.

El enfoque principal está en mantener un alto volumen de venta para cubrir los costos fijos del club. La estrategia es efectiva en términos de cobertura de los costos, el club debería considerar la posibilidad de diversificar los productos o incrementar los precios, lo que podría reducir el número de ventas necesarias para alcanzar el punto de equilibrio y la utilidad deseada.

DATOS	
Costos fijos	\$ 350,408.83
Precio	\$ 550.00
Costo variable	\$ -
Utilidad deseada	\$ 200,000.00

Figura 8.6 Datos generales.

Fuente: Hoja escenario general.

PUNTO DE EQUILIBRIO	UTILIDAD DESEADA	RESERVADO
637	1,001	400

Figura 8.7 Productos a vender mensuales.

Fuente: Hoja escenario general.

	PUNTO DE EQUILIBRIO	UTILIDAD DESEADA	RESERVADO
Ingresos	\$ 350,408.83	\$ 550,408.83	\$ 220,000.00
Costos variables total	\$ -	\$ -	\$ -
Margen de contribución total	\$ 350,408.83	\$ 550,408.83	\$ 220,000.00
Costos fijos	\$ 350,408.83	\$ 350,408.83	\$ 350,408.83
Utilidad bruta	\$ -	\$ 200,000.00	-\$ 130,408.83

Figura 8.8 Desglose de la operación.
Fuente: Hoja escenario general.

Posteriormente, se realizaron escenarios específicos considerando todos los productos, cómo las membresías en efectivo y tarjeta, lockers y clases extras, con su margen de contribución respectivo. Estos márgenes se utilizaron para generar proyecciones financieras y determinar el punto de equilibrio, tomando en cuenta los costos fijos de \$350,409 y una utilidad deseada de \$200,000.

DATOS	
Costos fijos	\$ 350,408.83
Costo variable	\$ -
Utilidad deseada	\$ 200,000.00

Figura 8.7 Datos generales.
Fuente: Hoja escenarios específicos.

	EFFECTIVO	TARJETA	LOCKERS	CLASES	TOTAL	PUNTO EQUILIBRIO
Precio	\$ 550.00	\$ 499.00	\$ 100.00	\$ 100.00		
Costo variable	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		
Margen de contribución	\$ 550.00	\$ 499.00	\$ 100.00	\$ 100.00		
Porcentaje de participación	30%	50%	10%	10%	100%	
Margen de contribución %	\$ 165.00	\$ 249.50	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 434.50	
						1,267

Figura 8.8 Análisis de márgenes de contribución por producto.
Fuente: Hoja escenarios específicos.

PUNTO DE EQUILIBRIO	UTILIDAD DESEADA	RESERVADO
806	1,267	500

Figura 8.9 Escenarios.
Fuente: Hoja escenarios específicos.

	PUNTO DE EQUILIBRIO	UTILIDAD DESEADA	RESERVADO
Ingresos	\$ 350,408.83	\$ 550,408.83	\$ 217,250.00
Costos variables total	\$ -	\$ -	\$ -
Margen de contribución total	\$ 350,408.83	\$ 550,408.83	\$ 217,250.00
Costos fijos	\$ 350,408.83	\$ 350,408.83	\$ 350,408.83
Utilidad bruta	\$ -	\$ 200,000.00	-\$ 133,158.83

Figura 8.10 Desglose de la operación.
Fuente: Hoja escenarios específicos.

El primer escenario, figura 8.11, busca el punto de equilibrio, donde el gimnasio necesitaría vender 806 productos para que la empresa no tenga ganancias pero tampoco pérdidas. El análisis se basa en los costos fijos de \$350,409 y una utilidad deseada de \$200,000. Se calculó que la combinación de productos, considerando sus respectivos márgenes de contribución, llevaría a alcanzar este volumen de ventas para cubrir los costos totales sin generar pérdidas ni utilidades adicionales.

PUNTO DE EQUILIBRIO	EFFECTIVO	TARJETA	LOCKERS	CLASES	TOTAL
Número de ventas	241.94	403.23	80.65	80.65	806
Ventas	\$ 133,066.65	\$ 201,212.90	\$ 8,064.65	\$ 8,064.65	\$ 350,408.83
Costo variable	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Margen de contribución total					\$ 350,408.83
Costos fijos totales					\$ 350,408.83
Utilidad operativa					\$ -

Figura 8.11 Desglose de la operación del punto de equilibrio.
Fuente: Hoja escenarios específicos.

El segundo escenario, figura 8.12, en el que se busca generar una utilidad deseada de \$200,000 al mes. Con costos fijos de \$350,308.83 y en este

caso con costos variable de \$0 MXN, el gimnasio necesitaría vender 1,267 productos para lograr esta meta. Se refleja un análisis en el cual se proyectan diferentes cantidades de ventas y la utilidad resultante.

La utilidad deseada de \$200,000MXN mensuales implica que el club debe vender un número considerable de productos para alcanzar su objetivo financiero. Una estrategia para lograr esta meta sería implementar promociones para aumentar el número de ventas o buscar incrementar la base de clientes mediante iniciativas de marketing. Adicionalmente, evaluar otros flujos de ingresos, podría ayudar a diversificar las fuentes de ingresos y reducir la dependencia de un solo tipo de producto.

UTILIDAD DESEADA	EFFECTIVO	TARJETA	LOCKERS	CLASES	TOTAL
Número de ventas	380.03	633.38	126.68	126.68	1,267
Ventas	\$ 209,016.01	\$ 316,057.55	\$ 12,667.64	\$ 12,667.64	\$ 550,408.83
Costo variable	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Margen de contribución total					\$ 550,408.83
Costos fijos totales					\$ 350,408.83
Utilidad operativa					\$ 200,000.00

Figura 8.12 Desglose de la operación de la utilidad deseada.
Fuente: Hoja escenarios específicos.

Por último, se realizó un escenario reservado, figura 8.13, para que la empresa tenga una idea de la pérdida que podría llegar a tener en caso de no llegar a vender los productos requeridos para alcanzar el punto de equilibrio. En este escenario, si las ventas fueran menores a las 806 unidades necesarias, se generarían pérdidas equivalentes a la diferencia entre los ingresos obtenidos y los costos fijos. Si la empresa logra vender 500 productos, tendrían pérdidas debido a la insuficiencia para cubrir los costos variables y fijos, lo que tendría un impacto negativo en las finanzas de la empresa.

RESERVADO	EFFECTIVO	TARJETA	LOCKERS	CLASES	TOTAL
Número de ventas	150.00	250.00	50.00	50.00	500
Ventas	\$ 82,500.00	\$ 124,750.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 217,250.00
Costo variable	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Margen de contribución total					\$ 217,250.00
Costos fijos totales					\$ 350,408.83
Utilidad operativa					-\$ 133,158.83

Figura 8.13 Desglose de la operación de un escenario reservado.
Fuente: Hoja escenarios específicos.

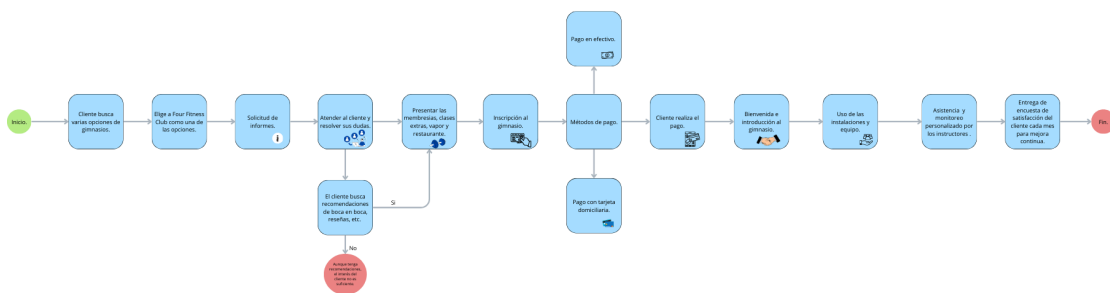
En resumen, el análisis de esta simulación muestra que la viabilidad del negocio “Four Fitness Club” dependerá en gran medida de su capacidad para mantener una tasa de retención de clientes que cubra los costos fijos y permita alcanzar las metas de utilidad. Se recomienda considerar los costos variables adicionales y ajustar la estrategia de precios y servicios en función de la demanda y competencia del mercado local para garantizar la sostenibilidad financiera a largo plazo. Además, es importante tener en cuenta que la empresa no tendrá utilidades en los primeros años antes de recuperar la inversión por ser una establecimiento nuevo.

OBJETIVO 9

Generar estrategias de comercialización

Escenario To-Be

El mapa To Be, o mapa del futuro, representa la brújula que guía a la organización hacia su destino ideal. En esta segunda fase de la evolución del proceso, se define el estado deseado, alineándose con la planificación estratégica global para alcanzar los objetivos de forma eficiente. Se rediseñan los procesos, reevaluando las actividades del negocio y buscando soluciones innovadoras para optimizar la eficiencia y la productividad.



NOTA: El archivo completo se encuentra en carpeta drive empresa.

Considerando el FODA estratégico se dan a conocer las siguientes estrategias con sus respectivas tácticas para comercializar el servicio en la etapa de lanzamiento.

1. Establecer una base de miembros sólida para el Inicio de operaciones

Lograr que 100 nuevos miembros se inscriban en el primer mes de apertura.

- Lanzar una campaña de pre-inscripción ofreciendo descuentos especiales y beneficios exclusivos para los primeros miembros.
- Organizar un evento de inauguración que incluya recorridos por las instalaciones y 1 clase prueba gratuita.

2. Maximizar la visibilidad del Club en la comunidad local

Alcanzar al menos 600 personas en la comunidad local a través de campañas de marketing en los seis primeros meses de operación.

- Implementar una campaña de publicidad local utilizando vallas publicitarias y publicidad en locales como folletos con información de las instalaciones y servicios.
- Utilizar anuncios en redes sociales dirigidos a la comunidad local.

3. Desarrollar alianzas estratégicas con negocios locales para promociones cruzadas

Establecer al menos tres alianzas con negocios locales relevantes en los primeros ocho meses.

- Identificar y contactar negocios locales como tiendas de productos saludables para el restaurante y tiendas de ropa deportiva.

4. Implementar sistemas de gestión y reservas eficientes desde el Inicio

Tener un sistema de gestión y reserva en línea completamente funcional en el momento de la apertura.

- Seleccionar e instalar un software de gestión de gimnasios que permita a los miembros reservar clases y gestionar sus suscripciones de manera eficiente.
- Capacitar al personal en el uso del sistema para asegurar un servicio al cliente eficaz y profesional desde el primer día.

5. Fomentar un entorno positivo y acogedor para atraer y retener miembros

Alcanzar un índice de satisfacción del cliente de al menos un 60% durante los primeros tres meses de operación.

- Capacitar a todo el personal en servicio al cliente y técnicas de hospitalidad para asegurar que todos los miembros reciban una bienvenida cálida y un servicio excepcional.

Estos objetivos están diseñados para asegurar un lanzamiento exitoso y un crecimiento sostenido para Four Fitness Club, aprovechando las fortalezas y oportunidades identificadas en el análisis FODA estratégico y abordando cualquier debilidad potencial o amenaza del entorno.

OBJETIVO 10 **Diseñar estrategias de promoción y publicidad**

De acuerdo a lo que se investigó sobre promociones en la industria de este giro y considerando la competencia Four Fitness Club, puede aumentar su visibilidad con las siguientes estrategias:

Estas estrategias de promoción y publicidad que se investigaron con enfoque a la industria, están diseñadas para la visibilidad de Four Fitness Club, fomentar la interacción con la marca y, finalmente, impulsar las ventas, adaptando lo que ya ha demostrado ser efectivo en el mercado a sus particularidades y valores de marca.

- **Sports World:** Utilizan promociones de membresía donde los nuevos inscritos no pagan inscripción o reciben el primer mes gratis. Four Fitness Club podría lanzar una campaña de "invita a un amigo" donde ambos, el miembro actual y el nuevo, reciban un descuento,

fomentando el crecimiento de la membresía a través del boca a boca.

- **Vivo 47:** Una estrategia destacada es su enfoque en el bienestar integral, no solo físico sino también mental y emocional, con clases que incluyen meditación y yoga. Four Fitness Club podría incorporar un "mes del bienestar" con eventos y clases centrados en la salud mental, el yoga y la nutrición, conectando así con el creciente interés en un estilo de vida integral y saludable.
- **Energy Fitness:** Destacan por su tecnología en el gimnasio, usando equipos modernos que se conectan con apps de fitness. Four Fitness Club podría meter tecnología en el gimnasio para permitir a los usuarios conectar sus dispositivos móviles con las máquinas, ofreciendo seguimiento personalizado y metas de fitness ajustables.
- **Smart Fit:** Conocidos por sus precios accesibles y su presencia en redes sociales con contenido motivacional y educativo. Four Fitness Club podría hacer presencia en redes sociales, compartiendo tips de entrenamiento, historias de éxito de miembros y retos de fitness mensuales para mantener a los miembros comprometidos y atraer a nuevos públicos.

Basado en las estrategias detectadas en el FODA estratégico, consideramos que Four Fitness Club puede **publicitar** sus servicios con el fin de crecer y llegar al mercado meta de la siguiente manera:

- **Publicidad en Redes Sociales:**

Utilizar Instagram, Facebook y WhatsApp Business para promocionar los servicios únicos de Four Fitness Club. Crear historias y publicaciones con testimonios de clientes, videos de sesiones en acción. Aprovechar los hashtags relacionados con bienestar y fitness para aumentar el alcance.

- **Contenido en Redes Sociales:**

Crear y compartir recorridos virtuales de las instalaciones de Four Fitness Club en Instagram y Facebook. Usar Instagram Stories y las historias de Facebook para mostrar actividades diarias como clases llenas y sesiones de entrenamiento funcional, resaltando las

instalaciones modernas. Asegurar que cada video y publicación transmita la experiencia única y acogedora del club.

- **Encuestas:**

Implementar encuestas periódicas a través de formularios online y redes sociales para entender mejor las preferencias y necesidades de los miembros. Analizar y adaptar los servicios del club basándose en el feedback para satisfacer la demanda actual y atraer a nuevos miembros.

- **Beneficios Exclusivos:**

Lanzar una campaña de membresía premium que ofrezca beneficios exclusivos, como descuentos en el restaurante, accesos a eventos especiales, etc. Utilizar campañas de publicaciones en redes sociales para informar a los miembros sobre estos beneficios exclusivos y atraer nuevos registros.

Basado en las estrategias detectadas en el FODA estratégico, consideramos que Four Fitness Club puede **promocionar** sus servicios con el fin de crecer y llegar al mercado meta de la siguiente manera:

- **Historias de clientes satisfechos en redes sociales**

Crearemos una serie de destacados en Instagram y Facebook donde se compartirán testimonios de clientes satisfechos con las instalaciones y servicios de Four Fitness Club. Estos testimonios enfatizarán los beneficios de las modernas instalaciones, la practicidad del estacionamiento y las clases extras de entrenamiento personal.

- **Programa de recompensas por referencias**

Implementaremos un programa de recompensas que anime a los miembros actuales a recomendar Four Fitness Club a sus amigos y familiares. Utilizaremos Instagram, WhatsApp Business y Facebook para promover este programa y destacar los beneficios de participar.

- **Promociones de temporada para nuevos miembros**

Lanzaremos ofertas promocionales durante eventos especiales y temporadas clave como Año Nuevo, Aniversario de Four Fitness, etc. Esta estrategia no solo aumentará el número de nuevos miembros sino que también promoverá la retención de los actuales.

Al implementar estas estrategias, Four Fitness Club podrá fortalecer su lanzamiento de apertura para atraer clientes y diferenciarse en el mercado, aprovechando sus fortalezas y abordando las oportunidades identificadas.

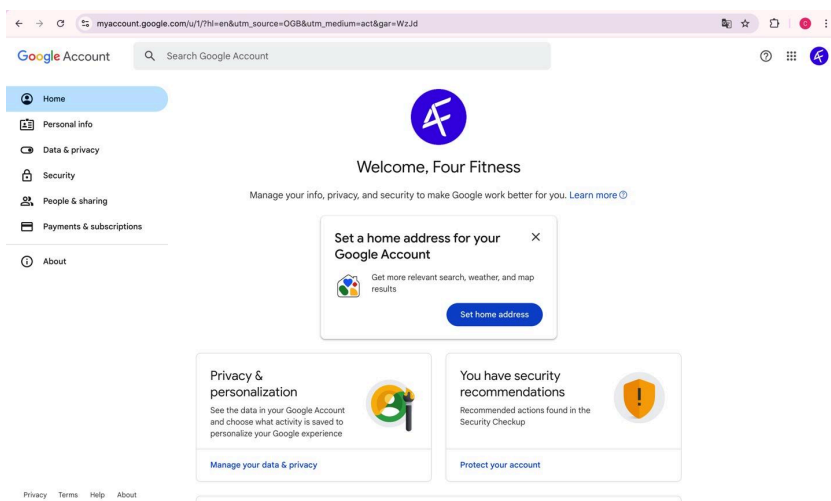
NOTA: Las promociones que se sugieren anteriormente se les dará un descuento que por el momento se desconoce porque depende del estado financiero según se vaya presentando en el lanzamiento.

OBJETIVO 11

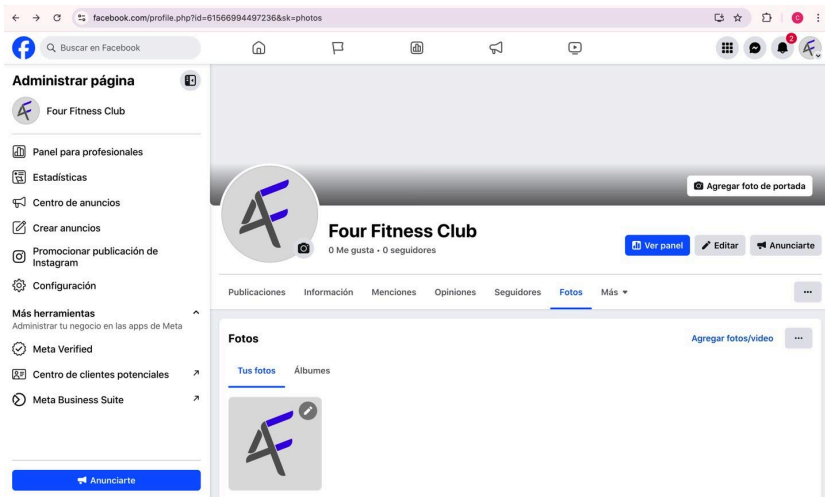
Crear redes sociales

Considerando el resultado del sondeo de investigación de mercado que se hizo a través de encuestas a clientes prospectos en Jiquilpan, Michoacán lugar donde será la apertura del gimnasio, concluimos que las redes sociales adecuadas para estar en contacto con la audiencia es Facebook, Instagram, WhatsApp Business, razón por la cual se procedió a abrir cuentas de estas redes otorgando en su momento y de manera personal los usuarios y contraseñas al empresario, se anexa evidencia de la página principal de cada una de ellas.

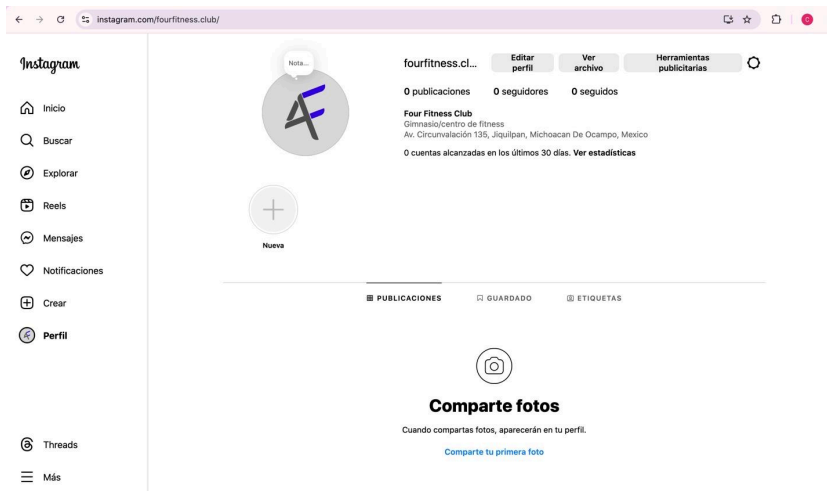
Correo



Facebook



Instagram



OBJETIVO 12

Crear estrategias de comunicación digital

Brief de comunicación

El brief de comunicación es un documento que contiene toda la información necesaria a la cual se podría consultar para la elaboración de campañas en medios de comunicación digital, puede pasarse a diferentes departamentos y personas necesarias para que todos tengan la misma información y sigan

la misma línea de proyecto, ayuda a definir y estructurar las ideas y bases del proyecto, este debe ser breve, relevante y claro.

Antecedentes

Empresa: Four Fitness Club

Giro: Gimnasio y club deportivo

Historia:

Four Fitness Club nace en Jiquilpan, Michoacán, por los fundadores Omar Covarrubias, junto con Clemente Covarrubias, con una apertura prevista para enero de 2025. Surge de la necesidad de ofrecer un servicio integral que rompa con el esquema tradicional de los gimnasios para brindar una experiencia completa y diferente. El objetivo es crear un espacio donde la comunidad pueda ejercitarse y disfrutar de una alimentación saludable en un solo lugar.

Notas: No cuenta con redes sociales ni pagina web

Carácter de marca:

- Energético
- Ayuda a cada miembro a alcanzar sus metas
- Promueve un ambiente seguro y de respeto
- Motivador
- Fomenta el sentido de pertenencia
- Activo
- Promueve una alimentación saludable con los miembros del club
- Aprecia las tecnologías modernas y las emplea en mayor medida y de la mejor manera.

Target 1: Adultos jóvenes que se consideren activos y deportistas entre 18-35 años

Demografía:

Edad: 18-35 años, abarcando tanto a jóvenes adultos que recién inician su vida laboral como a aquellos que están en la etapa de consolidación profesional.

Género: Tanto hombres como mujeres.

Ubicación: Jiquilpan, Michoacán, y localidades próximas (Sahuayo).

Psicográfico: Les encanta practicar deporte y la autosuperación. Buscan siempre tener un estilo de vida saludable, en cuanto a actividades y alimentación. Son personas con mucha energía y les gusta pasar su tiempo libre probando cosas nuevas.

Nivel socioeconómico: A/B, C+

Intereses:

Deporte y Fitness: Interesados en diversas actividades físicas, como correr, ciclismo, yoga, entrenamiento funcional y deportes de equipo.

Bienestar: Enfoque en la salud integral, incluyendo nutrición, bienestar mental y desarrollo personal.

Tecnología: Uso de aplicaciones de fitness y redes sociales para seguir su progreso y compartir logros.

Valores:

Salud y Bienestar: Priorizan su salud física y mental.

Comunidad: Buscan conexiones sociales a través de actividades grupales, clases y eventos deportivos.

Sostenibilidad: Pueden estar interesados en marcas que promuevan prácticas sostenibles y responsables.

Target 2: Adultos de 36-60 años que valoren un enfoque integral para ejercitarse y mantener una vida saludable.

Demografía:

Edad: 36-60 años profesionistas exitosos.

Género: Tanto hombres como mujeres.

Ubicación: Jiquilpan, Michoacán, y localidades próximas (Sahuayo).

Psicográfico: Buscan mantener saludable su cuerpo, cuidar de su salud a lo largo del tiempo y formar un estilo de vida. Son dedicados a sus

trabajos, pero también les gusta disfrutar de sus días conociendo lugares nuevos y relajándose.

Nivel socioeconómico: A/B, C+

Intereses:

Salud y Bienestar: Interés en mantener una vida activa, practicar yoga, meditación y seguir una alimentación saludable.

Actividades Recreativas: Disfrutan de actividades al aire libre como caminatas, ciclismo y natación.

Cuidado Personal: Buscan productos y servicios que promuevan la salud integral, como masajes, terapias y programas de relajación.

Valores:

Salud Integral: Priorizan la salud física y mental, creyendo en un enfoque integral.

Conexión Social: Buscan actividades que les permitan interactuar con otros, ya sea en el gimnasio o en eventos.

Educación Continua: Valoran aprender sobre nuevos enfoques en fitness, nutrición y bienestar.

Objetivo de la comunicación:

Generar visibilidad y comunidad en redes sociales para la apertura de Four Fitness Club, logrando un crecimiento de 200 seguidores en Instagram, 100 en facebook y generando al menos 50 inscripciones 1 mes antes del lanzamiento.

Concepto:

Innovación y Calidad: Comunicar que el gimnasio no es solo un lugar para hacer ejercicio, sino un espacio diseñado para transformar la experiencia del entrenamiento. Se destacan las instalaciones modernas con equipos de calidad.

¿Por qué?

En un sector saturado, es crucial diferenciarse y el gimnasio puede atraer a un público que busca instalaciones modernas junto con un enfoque integral y personalizado en su entrenamiento.

Descripción del servicio:

Un gimnasio integral que cuente con las siguientes áreas:

- Gym
- Vapor
- Restaurante
- Clases extras (Barré y funcional)
- Venta de proteína
- Renta de lockers
- Estacionamiento

Beneficios del servicio:

- Enfoque integral
- Variedad de máquinas y áreas
- Equipamiento moderno
- Comunidad y sentido de pertenencia
- Horarios amplios (6 hr - 22:30 hr)
- Entrenamientos efectivos

¿Qué queremos que la gente piense después de ver la comunicación?

Se busca que la gente piense que este lugar es innovador y de alta calidad, que ofrece un enfoque integral hacia la salud que combina bienestar físico y mental. Deben sentir que se convertirán en parte de una comunidad activa y solidaria, donde podrán alcanzar sus objetivos de bienestar y transformar su estilo de vida. Además, queremos que perciban todos los servicios ofrecidos en comparación con la competencia, incluyendo clases funcionales y de barré ocasionales, lo que les motivará a unirse e identificar a Four Fitness Club como la mejor opción.

Tono de la comunicación:

- Motivador
- Cercano
- Energético

- Positivo

¿Qué debemos hacer?

1. Crear WhatsApp Business y perfiles de redes sociales (Instagram y Facebook).
2. Realizar estrategia de promoción previo a la apertura para generar visibilidad y comunidad activa.
3. Mejorar continuamente, según sea necesario, la estrategia de comunicación durante el lanzamiento para mantener a los usuarios afiliados al club.
4. Generar una estrategia de pautas pagadas para llegar a nuevos usuarios.
5. Creación del contenido para las estrategias de comunicación digital.

Objetivos de comunicación digital

1. Lograr una comunidad activa y sólida en redes y WhatsApp Business

Lograr 200 seguidores más en Instagram y 100 seguidores más en Facebook en los primeros 3 meses posteriores a la apertura.

- Crear perfiles para Instagram y Facebook.
- Programar clases funcionales y de barré en WhatsApp Business.
- Lanzar una campaña de pre-inscripción que consista en un descuento, siendo este la membresía a precio regular con la renta de locker incluida los primeros 3 meses ofrecido a las personas que se inscriban antes de la apertura.

2. Lanzar una estrategia de publicidad y posicionamiento en redes para la apertura

Lanzar una estrategia óptima para publicitar y que atraiga a usuarios para que tengan un engagement de al menos 5% en la interacción del contenido en el primer mes de apertura.

- Utilizar anuncios en redes sociales dirigidos a la comunidad local.

3. Generar expectativas y anticipación

Implementar la estrategia de publicidad con 4 posteos y mínimo 7 storys a la semana durante 4 semanas previas a la apertura, con un seguimiento continuo y ajustes basados en el rendimiento observado.

- Hacer campañas y contenido exclusivo para generar interés antes de la apertura oficial.

Estrategia de pautas pagadas

Para llevar a cabo una estrategia de marketing digital, hay muchas plataformas que se pueden usar, como Google Ads, TikTok Ads, e incluso LinkedIn Ads. Sin embargo, dado el giro del negocio y su mercado meta, al igual que las redes sociales en las que se publicará el negocio, la plataforma que mejor podría surtir efecto es Meta Business Suite, ya que esta plataforma está directamente conectada con Facebook e Instagram. Para lanzar una campaña en Meta, es necesario especificar varias cosas dentro de la plataforma para poder asegurar el mayor alcance posible en la audiencia que se desea poner como objetivo. A continuación se detalla dicha información para la campaña de Meta Business Suite de Four Fitness Club.

Resultados Deseados

Debido a que Four Fitness Club es una marca de próxima apertura, estamos buscando posicionar la marca y que está se quede grabada en la mente de nuestro mercado meta. Por eso, lo que se busca como primera instancia son las visitas al perfil, en donde se encontrará la primera y más importante información acerca del gimnasio, como costos, beneficios, promociones, instalaciones, clases, entre otras cosas. Esto es ideal para aumentar el reconocimiento de la marca y sus seguidores, y así poder crear un lazo en comunidad y de ahí la lealtad de marca.

Meta

¿Qué resultados le gustaría obtener de este anuncio?

- ☐  **Recibir más mensajes**
Muestra tu anuncio a personas que probablemente te envíen un mensaje en Facebook, WhatsApp o Instagram.
- ☒  **Obtenga más visitas a su perfil**
Muestra tu anuncio a personas que probablemente visiten tu perfil de Instagram.
- ☐  **Obtenga más visitantes en su sitio web**
Muestre su anuncio a personas que probablemente hagan clic en una URL del mismo.

Audiencia Objetivo

Es de suma importancia segmentar nuestra audiencia de manera correcta en nuestros anuncios. De acuerdo al segmento establecido, se dividirá la audiencia de 18-60 años, ya que en un principio las piezas visuales serán dirigidas al público en general para su atracción y en género dejarlo en todo. Finalmente se colocará la ubicación de las personas a las cuales queremos llegar, este será Jiquilpan, Michoacán. En cada anuncio se podrá nombrar a la audiencia de diferentes maneras para nuestra conveniencia.

Audiencia



¿Quién debería ver su anuncio?

- ☐ **Automático**
Instagram se dirige a personas como tus seguidores
- ☒ **Audiencia-2024-10-07**

Detalles de la audiencia



Ubicación : México: Jiquilpan, Michoacán De Ocampo (+25 mi) Michoacán de Ocampo

Edad : 18 - 60

Crear nuevo

Horario y Duración

En esta sección se establecen los días y horas en los cuales se publicará el anuncio, también por cuánto tiempo durará la campaña, ya que todo los anuncios serán para diferentes propósitos, al igual que su duración. Por anuncio se deberá analizar esta cuestión y así determinar estratégicamente los días y horarios de publicación.

Horario y duración



Fecha de inicio

Oct 7, 2024

12:56 P.M

Días

7

Fecha de finalización

Oct 14, 2024

Su anuncio se publicará hoy y se publicará durante 7 días hasta el 14 de octubre de 2024.

Presupuesto de Campaña

Se sugiere establecer, como mínimo, un presupuesto diario de \$100 MXN por campaña para así poder llegar a más personas. Es crucial iniciar con un monto específico y evaluar los resultados para determinar si es necesario incrementar el presupuesto. Hay publicaciones que no será necesario pautar, no todo tendrá que ser anuncio, pero sobre la marcha se deberá analizar que es necesario meter como anuncio y que no. Como ejemplo: No se tienen que pautar imágenes que hablen sobre tips o información general del gimnasio, pero sí alguna promoción o evento especial en el que necesitamos lograr algo en específico.

Presupuesto diario

La cantidad real gastada diariamente puede variar.

País, moneda

Estados Unidos, MXN

Cambiar

Se estima que se alcanzan entre 1.900 y 5.500 [cuentas del Centro de Cuentas](#) por día

\$ 100.00

\$20.00



\$3,000.00

Ideas Estrategias para Pauta:

Instagram

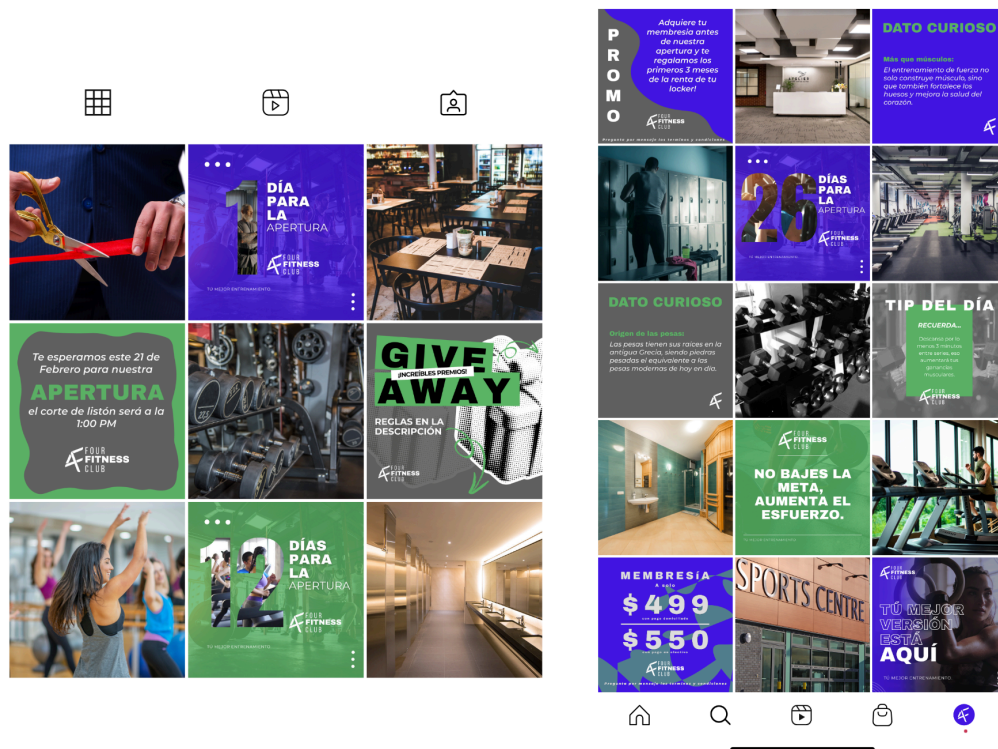
- **Promociones de Inscripción Anticipada:** Crea anuncios que ofrezcan descuentos o promociones especiales para aquellos que se inscriban antes de la apertura.
- **Videos de Presentación:** Comparte vídeos cortos que muestren las instalaciones, equipos y actividades que ofrecerás.
- **Colaboraciones Locales:** Colabora con influencers o entrenadores locales para que promocionen tu gimnasio. Pueden hacer visitas y compartir sus experiencias en Instagram, atrayendo a su audiencia.
- **Anuncios de Eventos de Inauguración:** Promover un evento de inauguración a través de anuncios.

Facebook

- **Eventos de Facebook:** Crea un evento para la inauguración del gimnasio. Utiliza anuncios para promoverlo y atraer a personas interesadas en fitness.
- **Publicaciones Patrocinadas sobre Beneficios:** Crea anuncios que destaquen los beneficios de unirse a tu gimnasio, como entrenadores certificados, variedad de clases y un ambiente motivador.
- **Ofertas por Tiempo Limitado:** Publica anuncios que ofrezcan promociones exclusivas por tiempo limitado para atraer a nuevos miembros.
- **Anuncios de Video de Clases:** Pública videos cortos mostrando clases de muestra o entrenamientos guiados. Esto no solo muestra la experiencia, sino que también puede atraer a personas que buscan un estilo de entrenamiento específico.

Mockup Feed de Redes Sociales

A continuación, se presenta una vista ideal de cómo debería verse el perfil de Instagram, considerando los temas seleccionados y el mensaje que se desea transmitir. Es fundamental que el perfil refleje una estética coherente y atractiva, utilizando colores, tipografías y elementos visuales que armonicen con la identidad de la marca o persona. La organización del contenido, la calidad de las imágenes y la frecuencia de las publicaciones también juegan un papel crucial en la creación de una presencia impactante y memorable en esta plataforma.



Parrilla de Redes Sociales Mensual

Para el desarrollo del objetivo de comunicación digital se realizó el contenido para redes sociales por 2 meses, el cual se estableció en fechas y horas óptimas en un calendario estilo parrilla para redes sociales con el cual Omar va a poder publicar en el orden correcto el contenido.

Noviembre 2024

	Día	Hora	Red	Copy	Formato	Hashtags	Especificaciones	Contenido
28	Jue	4 PM	IG/FB	¡Prepárate para tener tu mejor entrenamiento! 🌟 Four Fitness Club no es solo un gimnasio, es un lugar seguro, un lugar para crecer y aprender diferentes cosas cada día. Un lugar que te reta pero te acompaña en el camino, que siempre buscará lo mejor para ti y te escuchará siempre que lo necesites ✅ No esperes más, lo mejor está por venir 😊	Imagen	#gymotivation #entrenamientointegral #mejoreentrenamiento #fourfitnessclub #gym #fitness #saludybienestar #salud #masamuscular #gimnasio	FRASE 1, imagen de una chica haciendo deporte con una frase, colores azul y blanco	Post 1
29	Vie	4 pm	IG/FB	-----	story	-----	Q&A ¿Cuál es tu ejercicio favorito?	Story 1
30	Sab							
				Post feed				
				Stories				
				Festividades STORYS				

Diciembre 2024

	Día	Hora	Red	Copy	Formato	Hashtags	Especificaciones	Contenido
1	Dom	4 pm	IG/FB	-----	story	-----	Fraser "haciendo de cada día una oportunidad para mejorar"	Story 2
2	Lun	4 PM	IG/FB	Four Fitness Club entrenamiento integral	Imagen	#gymotivation #entrenamientointegral #mejoreentrenamiento #fourfitnessclub #gym #fitness #saludybienestar #salud #masamuscular #gimnasio	Imagen 1:1 de alguna parte interna del render del gimnasio	Foto render
3	Mar							
4	Mie	2 pm	IG/FB	🌟 ¡Tu camino hacia una vida más saludable comienza aquí! 🌟 ¿Estás listo para transformar tu rutina? En Four Fitness Club puedes entrenar desde solo \$499 pesos al mes en pagos domiciliados y a \$550 en pagos en efectivo. 🌟 No esperes más, ¡únete a nuestra comunidad y empieza a alcanzar tus metas! Para más info, envíanos un DM o mandanos mensaje por whatsapp al enlace en la bio	Imagen	#gymotivation #entrenamientointegral #mejoreentrenamiento #fourfitnessclub #gym #fitness #saludybienestar #salud #masamuscular #gimnasio	PROMO 1, precios de membresías	Post 2
5	Jue	8 pm	IG/FB	Four Fitness Club entrenamiento integral	Imagen	#gymotivation #entrenamientointegral #mejoreentrenamiento #fourfitnessclub #gym #fitness #saludybienestar #salud #masamuscular #gimnasio	Foto de las caminadoras alineadas en ángulo	Foto caminadoras
6	Vie	4 pm	IG/FB	-----	story	-----	Q&A ¿Qué área del gym te emociona más usar ya?	Story 3
7	Sab							
8	Dom	2 pm	IG/FB	-----	story	-----	Tip, sal en agua	Story 4
9	Lun	8 pm	IG/FB	La determinación te acerca más a tus objetivos 🌟 Recuerda, los grandes logros requieren perseverancia y dedicación. ¡Vamos juntos a superar nuestros límites! 🔥	Imagen	#gymotivation #entrenamientointegral #mejoreentrenamiento #fourfitnessclub #gym #fitness #saludybienestar #salud #masamuscular #motivacion #gimnasio	FRASE 2, fondo verde con letras blancas	Post 3
10	Mar							
11	Mie	8 pm	IG/FB	Four Fitness Club entrenamiento integral	Imagen	#gymotivation #entrenamientointegral #mejoreentrenamiento #fourfitnessclub #gym #fitness #saludybienestar #salud #masamuscular #gimnasio	Foto del sauna desde una esquina o centrada paralela	Foto sauna

12	Jue	8 pm	IG/FB	🧘‍♀️ ¡El Descanso Importa! 🧘‍♀️ La ciencia respalda la importancia de descansar al menos 3 minutos entre series intensas. Este tiempo de recuperación permite que tus músculos se recuperen y se llenen de energía, lo que se traduce en un mejor rendimiento y más fuerza en la siguiente serie. Estudios muestran que el descanso adecuado no solo optimiza tu capacidad para levantar más peso, sino que también potencia la síntesis de proteínas, favoreciendo así el crecimiento muscular. ¡Así que no subestimes esos minutos de pausa! Recuerda: para ganar músculo, a veces es necesario dejar que tu cuerpo respire. ¡Dale a tus músculos el tiempo que necesitan para crecer! 💪🔥	Imagen	#CienciaDelEntrenamiento #DescansoEfectivo #GanasMusculares #Gymmotivation #entrenamientointegral #umejoreentrenamiento #fourfitnessclub #gym #fitness #saludybienestar #salud #masamuscular #motivacion #gimnasio	TIP, fondo gris y cuadro verde, letras blancas	Post 4
13	Vie	6 pm	IG/FB	-----	story	-----	Q&A ¿Cuántas veces a la semana entrenas?	Story 5
14	Sab							
15	Dom	4 pm	IG/FB	-----	story	-----	Q&A ¿Qué prefieres, cardio o pesas?	Story 6
16	Lun	6 pm	IG/FB	Four Fitness Club entrenamiento integral	Imagen	#gymmotivation #entrenamientointegral #umejoreentrenamiento #fourfitnessclub #gym #fitness #saludybienestar #salud #masamuscular #gimnasio	Foto angular de arriba hacia abajo de las pesas estilo mancuernas	Foto pesas
17	Mar							
18	Mie	8 pm	IG/FB	🧐 Dato Curioso: ¿Sabías que las primeras pesas se utilizaban en la antigua Grecia? Hoy en día, tenemos un sinfín de opciones en el gimnasio, pero la esencia de fortalecer nuestro cuerpo sigue siendo la misma. 💪🔥 ¡Cuéntanos! ¿Cuál es tu ejercicio favorito con pesas?	Imagen	#gymmotivation #entrenamientointegral #umejoreentrenamiento #fourfitnessclub #gym #fitness #saludybienestar #salud #masamuscular #gimnasio	Dato curioso, fondo gris título verde	Post 5
19	Jue	8 pm	IG/FB	Four Fitness Club entrenamiento integral	Imagen	#gymmotivation #entrenamientointegral #umejoreentrenamiento #fourfitnessclub #gym #fitness #saludybienestar #salud #masamuscular #gimnasio	Foto de algún área ya terminada y bonita	Foto instalaciones
20	Vie	4 pm	IG/FB	-----	story	-----	Frases: "El ejercicio no solo cambia tu cuerpo, cambia tu vida"	Story 7
21	Sab							
22	Dom							
23	Lun	6 pm	IG/FB	🔥 ¡La cuenta regresiva ha comenzado! Solo faltan 26 días para la apertura de tu lugar favorito: Four Fitness Club y estamos listos para llevar tu entrenamiento al siguiente nivel. 🧘‍♀️💪 Prepárate para un espacio donde la motivación y la comunidad se unen. ¡Tendremos entrenadores expertos, clases y todo lo que necesitas para alcanzar tus objetivos! ¿Estás listo para transformar tu vida? ¡Mantente atento a nuestras actualizaciones! 🧘‍♀️🔥	imagen e story	#CuentaRegresiva #AperturaGimnasio #TransformaciónFitness #gymmotivation #entrenamientointegral #umejoreentrenamiento #fourfitnessclub #gym #fitness #saludybienestar #salud #masamuscular #motivacion #gimnasio	Anuncio apertura, 26 días para la apertura, después del post del feed repostarlo en historias	Post 6 REPOST en storys
24	Mar							
25	Mie	post: 8 pm story: 12 pm	IG/FB	Four Fitness Club entrenamiento integral	imagen e story	#gymmotivation #entrenamientointegral #umejoreentrenamiento #fourfitnessclub #gym #fitness #saludybienestar #salud #masamuscular #gimnasio	Foto de los lockers alineados paralelo a la cámara STORY: Festividad 1	Foto lockers STORY: festividad 1
26	Jue	4 pm	IG/FB	🔥 Dato Curioso: ¿Sabías que el entrenamiento de fuerza no solo tonifica tus músculos, sino que también mejora la salud del corazón? 💪❤️ Además, fortalece tus huesos, mejora la postura y aumenta tu metabolismo. ¡Una razón más para incluirlo en tu rutina! ¿Listo para sentirte más fuerte tanto física como mentalmente? 🧘‍♀️🔥	Imagen	#CienciaDelEntrenamiento #GanasMusculares #Gymmotivation #entrenamientointegral #umejoreentrenamiento #fourfitnessclub #gym #fitness #saludybienestar #salud #masamuscular #motivacion #gimnasio	Dato curioso, Fondo azul	Post 7
27	Vie	4 pm	IG/FB	-----	story	-----	Información de que se cuenta con sauna y locker	Story 8
28	Sab							
29	Dom	4 pm	IG/FB	-----	story	-----	Q&A ¿A que hora del día prefieres entrenar?	Story 9
30	Lun	8 pm	IG/FB	Four Fitness Club entrenamiento integral	Imagen	#gymmotivation #entrenamientointegral #umejoreentrenamiento #fourfitnessclub #gym #fitness #saludybienestar #salud #masamuscular #gimnasio	Foto de la recepción en ángulo respectivo a la cámara	Foto recepción
31	Mar							

Enero 2025

	Día	Hora	Red	Copy	Formato	Hashtags	Especificaciones	Contenido	
1	Me	6 pm	IG/FB	¡Estamos emocionados de anunciar que pronto abriremos nuestras puertas y queremos que seas parte de esta aventura desde el inicio! 🔥 Promo Especial: Adquiere tu membresía antes de la apertura y ¡te regalamos 3 meses de renta del locker! Guarda tus pertenencias de manera segura mientras te enfocas en alcanzar tus metas fitness. ¡No te lo pierdas! ¡Únete a nuestra comunidad y empieza tu viaje hacia un nuevo tío!	post e story	#aperturaGimnasio #TransformaciónFitness #gymmotivation #entrenamientointegral #mejorentrenamiento #fourfitnessclub #gym #fitness #salud/bienestar #salud #masamascular #motivation #gimnasio	PROMO, 3 meses de locker FESTIVIDAD 2	Post 8 Story festividad 2	
2	Vue	8 pm	IG/FB	Four Fitness Club entrenamiento integral	post	#gymmotivation #entrenamientointegral #mejorentrenamiento #fourfitnessclub #gym #fitness #salud/bienestar #salud #masamascular #gimnasio	Foto de los lavamanos de los baños o área para cambiarse	Foto baños	Post feed
3	Vie	4 pm	IG/FB		story		O&a ¿Cuál es tu canción favorita para entrenar?	Story 10	Stories
4	Sab								Festividades STORIES
5	Dom	4 pm	IG/FB		story		Q&A ¿Qué no te puede faltar cuando vas al gym?	Story 11	
6	Lun	6 pm	IG/FB	🔥 ¡Solo quedan 12 días para la gran apertura de Four Fitness Club! Estamos a punto de abrir las puertas a un espacio donde tus metas se vuelven realidad. Prepárate para disfrutar de entrenamientos increíbles, clases dinámicas y un ambiente motivador que te inspirará a dar lo mejor de ti. ¡No te pierdas las sorpresas que tenemos preparadas para ti! Mantente conectado y únete a esta emocionante aventura. 🔥🔥	post	#CuentaRegresiva #aperturaGimnasio #TransformaciónFitness #gymmotivation #entrenamientointegral #mejorentrenamiento #fourfitnessclub #gym #fitness #salud/bienestar #salud #masamascular #motivation #gimnasio	12 días para la apertura REPOST EN STORY	Post 9 REPOST EN STORY	
7	Mar								
8	Me	8 pm	IG/FB	Four Fitness Club entrenamiento integral	post e story	#gymmotivation #entrenamientointegral #mejorentrenamiento #fourfitnessclub #gym #fitness #salud/bienestar #salud #masamascular #gimnasio	Foto angular respecto a la cámara del salón donde habrá espejos	Foto salón clases Story 12	
9	Vue	8 pm	IG/FB	🔥🔥 ¡GIVEAWAY ALERT! 🔥🔥 Para celebrar la apertura de Four Fitness Club estamos regalando un PACK DE FITNESS que incluye: 🔥 (o que ofrece FF C) 🔥 (o que ofrece otra marca afiliada) 🔥 (o que ofrece la siguiente marca afiliada) ¡Es tu oportunidad de comenzar el camino hacia tus metas fitness con nosotros! 🔥 ¿Cómo participar? 1 Sigue nuestra cuenta y @ las cuentas de las marcas afiliadas 2 Dale like a esta publicación 3 Etiqueta a 2 amigos que quieran unirse 4 Comparte esta publicación en tus historias y etiquétanos 🔥 El ganador se anunciará el (fecha) No te lo pierdas.	post	#Giveaway #AperturaGimnasio #TransformaciónFitness #gymmotivation #entrenamientointegral #mejorentrenamiento #fourfitnessclub #gym #fitness #salud/bienestar #salud #masamascular #motivation #gimnasio	Giveaway	Post 10	
10	Vie	6 pm	IG/FB		story		Cuenta regresiva 1 semana para la apertura	Story 13	
11	Sab								
12	Dom	8 pm	IG/FB		story		Cuenta regresiva "6 días para apertura"	Story 14	
13	Lun	8 pm	IG/FB	Four Fitness Club entrenamiento integral	post	#gymmotivation #entrenamientointegral #mejorentrenamiento #fourfitnessclub #gym #fitness #salud/bienestar #salud #masamascular #gimnasio	Foto de alguna instalación como el estacionamiento o equipo interesante de ejercicio	Foto instalaciones	
14	Mar								
15	Me	4 pm	IG/FB	🔥🔥 ¡Estamos emocionados de anunciar la gran apertura de Four Fitness Club! 🔥🔥 El 21 de febrero, abriremos nuestras puertas y queremos que te unas a nosotros en esta nueva aventura hacia un estilo de vida más saludable. 🔥 🔥 Disfruta de instalaciones de primera, un ambiente soñado, y un equipo de entrenadores listos para apoyarte en cada paso de tu camino. 🔥 ¡Ven a visitarnos y aprovecha nuestras promociones especiales de apertura! Te esperamos para comenzar juntos esta transformación! 📍 Ubicación: (Dirección) 🕒 Horario: 1:00 PM ¡No te lo pierdas! Comparte la noticia y etiqueta a tus amigos que quieren unirse. 🔥❤️	post e story	#aperturaGimnasio #TransformaciónFitness #gymmotivation #entrenamientointegral #mejorentrenamiento #fourfitnessclub #gym #fitness #salud/bienestar #salud #masamascular #motivation #gimnasio	Invitación a la apertura (imagen verde y gris) STORY 3 días para apertura	Post 11 STORY 15	
16	Vue	8 pm	IG/FB	Four Fitness Club entrenamiento integral	post	#gymmotivation #entrenamientointegral #mejorentrenamiento #fourfitnessclub #gym #fitness #salud/bienestar #salud #masamascular #gimnasio	Foto de la barra del comedor o las mesas	Foto comedor	
17	Vie	4 pm	IG/FB	🔥 ¡Mañana es el gran día! 🔥 La espera ha terminado, nuestro Four Fitness Club abre sus	post	#CuentaRegresiva #aperturaGimnasio #TransformaciónFitness #gymmotivation #entrenamientointegral	Día previo a la apertura REPOST EN STORY	Post 12 repost en story	
18	Sab								

Nota: Debido al tamaño de las tablas del calendario de redes sociales, la resolución es muy baja en las capturas de pantalla presentadas anteriormente. Para fines de consultar el calendario original sin la limitante de la resolución, se entregará el archivo Excel del Calendario de Redes Sociales Mensual en el folder de Google Drive para la empresa.

Auditoría de perfiles de la competencia como guía aspiracional en redes sociales y generar un FODA digital.

Benchmarking Digital Aspiracional

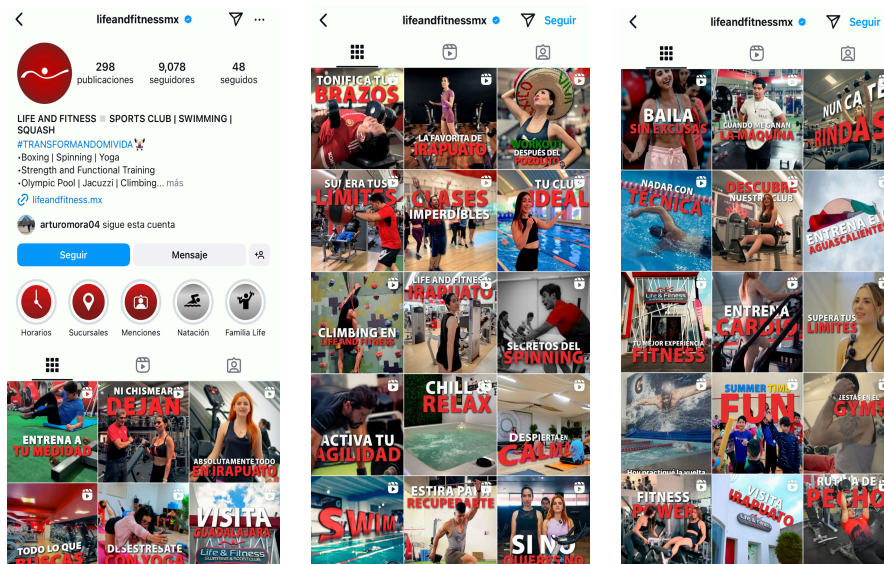
Con base en información proporcionada por el empresario además de la información obtenida del análisis del sector y de la competencia que se realizó previamente, podemos determinar que los principales guías considerados como aspiración para Four Fitness Club son Life and Fitness y Vivo 47. Para ello, incluimos imágenes de las redes sociales y páginas web de cada uno.

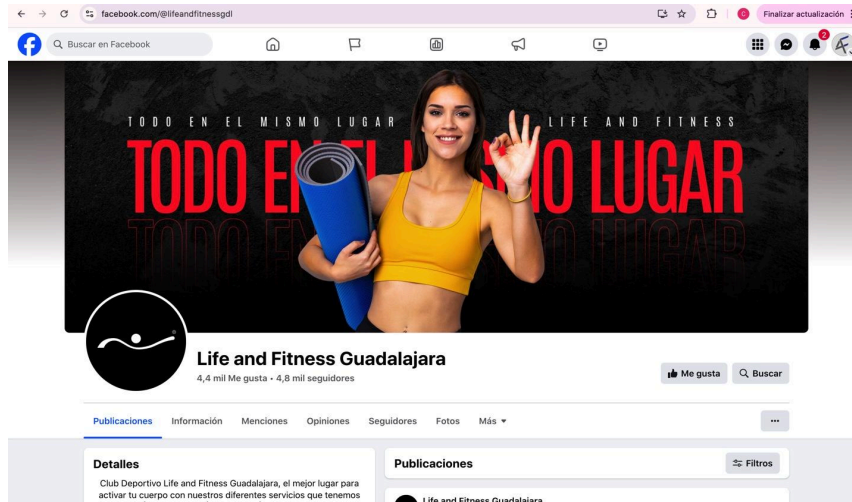
a. Life and Fitness

Observaciones Redes Sociales:

- La biografía en Instagram es concisa y efectiva, destacando su lema y ubicaciones, lo que ayuda a comunicar rápidamente la esencia de su marca a nuevos visitantes.
- Utilizan las historias destacadas para mostrar contenido relevante como testimonios, eventos especiales y promociones. Cada conjunto de historias tiene un ícono coherente y un título descriptivo, lo que facilita la navegación y mejora la estética del perfil.
- El contenido es coherente y profesional. Utilizan una mezcla de imágenes y videos para mostrar sus instalaciones, clases y eventos.
- Mantienen una frecuencia de publicación regular y coherente.
- Aplican una estrategia efectiva de hashtags, lo que aumenta su visibilidad y alcance en Instagram.
- Realizan campañas de publicidad pagada en Instagram y Facebook.

(Capturas de pantalla de Instagram, Facebook)

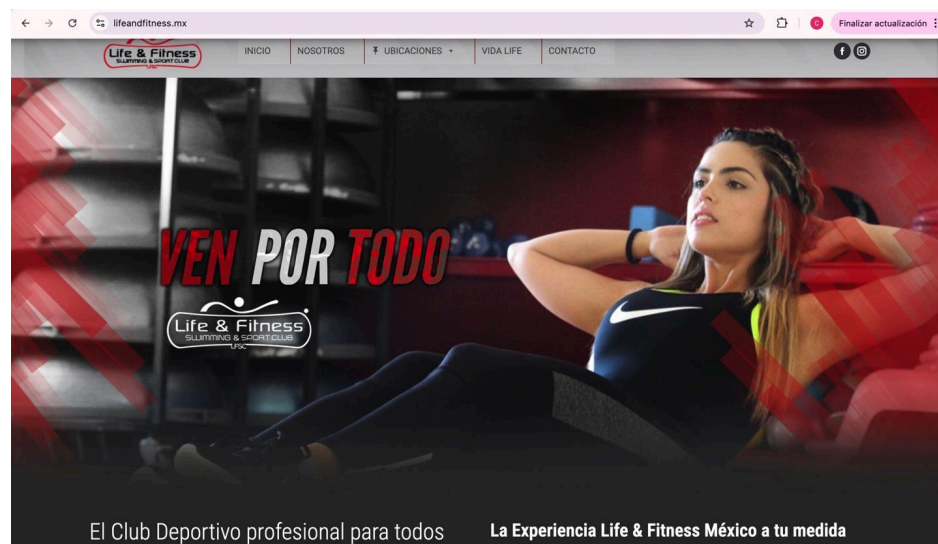




Observaciones Página Web:

- La página web ofrece información clara y detallada sobre los servicios que ofrecen, incluyendo descripciones de clases, horarios y tarifas.
- La interfaz es fácil de usar, con un menú de navegación bien organizado que permite a los usuarios encontrar rápidamente la información que buscan.
- El diseño de la página es moderno y visualmente atractivo, con imágenes de alta calidad que representan activamente el ambiente y las instalaciones del gimnasio.
- Incluyen funcionalidades útiles como un sistema de reservas en línea y perfiles de usuario.

(Captura de pantalla de Página Web)

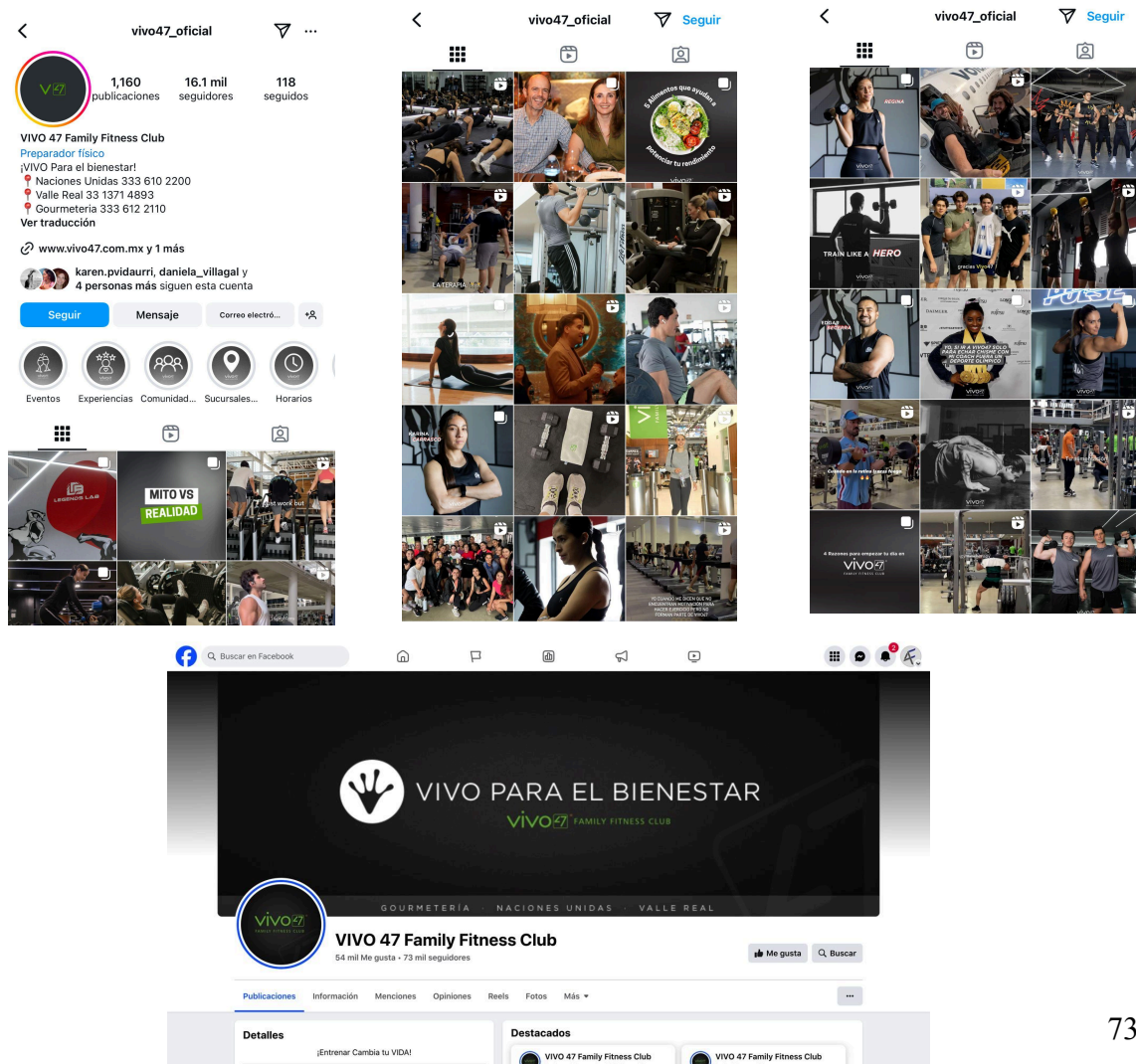


b. Vivo 47

Observaciones Redes Sociales:

- Vivo 47 tiene una presencia muy activa en redes sociales, particularmente en Instagram y Facebook, donde comparten contenido regularmente.
- Publican una mezcla equilibrada de imágenes, vídeos, testimonios de clientes, y consejos de bienestar, lo que contribuye a un perfil rico y variado que atrae a una amplia audiencia.
- Muestran un enfoque en la construcción de una comunidad, destacando historias de éxito de sus miembros y respondiendo activamente a comentarios y preguntas.
- Mantienen una calidad visual en todas sus publicaciones, con una paleta de colores coherente.
- Utilizan eficazmente las redes sociales para promocionar ofertas especiales, eventos y nuevas clases, lo que genera tráfico y participación.

(Capturas de pantalla de Instagram, Facebook)



Observaciones Página Web:

- La página web se destaca por un diseño sofisticado y profesional que refleja un alto estándar en la industria del fitness.
- Las imágenes y vídeos son de alta calidad, mostrando las instalaciones y clases de manera atractiva.
- La navegación en su página es intuitiva, con una estructura clara que permite a los usuarios encontrar fácilmente información sobre programas, horarios, ubicaciones y precios.
- Ofrecen descripciones detalladas de cada tipo de clase y servicio, incluyendo beneficios esperados y requisitos, lo que ayuda a los usuarios a tomar decisiones informadas.
- Incluyen funcionalidades como un blog con artículos sobre salud y bienestar, una sección de eventos y talleres próximos, y la posibilidad de reservar clases directamente desde el sitio.

(Captura de pantalla de Página Web)



Recomendaciones:

Después de haber realizado el benchmarking de la competencia se le hacen las siguientes propuestas a Four Fitness Club.

- **Desarrollar una identidad visual consistente en redes sociales:**
Asegurarse de que todas las publicaciones en redes sociales estén diseñadas de acuerdo con un manual de identidad visual. Esto incluye usar una paleta de colores constante,

tipografías específicas y colocar el logotipo correctamente en todo contenido multimedia.

- **Planificación y calendarización de contenidos en redes sociales:**

Organizar un calendario de publicaciones mensuales que detalle el contenido a publicar, incluyendo copies, hashtags apropiados y la estrategia de social media a seguir.

- **Optimizar el uso de Instagram y Facebook para aumentar la visibilidad:**

Emplear formatos dinámicos como Instagram Reels y videos en Facebook para captar la atención de una audiencia más amplia y explorar nuevas formas de contenido como mostrar las instalaciones, clases o testimonios de clientes.

- **Mantener una interacción activa con la comunidad:**

Publicar Stories en Instagram y Facebook de manera regular para interactuar con la audiencia actual y potencial. Esto puede incluir encuestas, preguntas, y actualizaciones diarias del gimnasio.

- **Utilizar el contenido para educar e Inspirar:**

Crear contenido que no solo promueva el club, sino que también eduque a la audiencia sobre temas de salud, bienestar y ejercicio, similar a como lo hace Vivo 47 con su blog.

FODA Digital

Un Análisis FODA (por sus siglas, Fortalezas Oportunidades Debilidades Amenazas), es una herramienta de análisis estratégico para diagnosticar la situación actual de una empresa, de manera interna con sus fortalezas y debilidades, y de manera externa con sus debilidades y amenazas. En este caso, se realizó un FODA Digital para Four Fitness Club. Este puede incluir sus redes sociales, su publicidad digital, y su presencia en medios digitales en general. Para elaborar el siguiente FODA Digital se usó como insumo la información recabada del punto anterior (Benchmarking Digital y Aspiracional).

	POSITIVOS	NEGATIVOS
I N T E R N O S	Fortalezas La creación de los perfiles de Instagram y Facebook son recientes.	Debilidades - No hay una persona encargada de llevar las redes sociales. - Debido a que el proyecto todavía está en construcción, no se puede tomar foto y vídeo de las instalaciones y esto limita el contenido de valor para redes.
E X T E R N O S	Oportunidades - Análisis de la competencia para crear una estrategia óptima con base en resultados visibles. - Los anuncios pagados para Instagram y Facebook lograrán un crecimiento asertivo para la inauguración de la marca. - En un futuro se puede migrar a otras redes sociales como TikTok y hasta crear una página web, que mejorará aún más su presencia. - La colaboración con influencers o marcas con un giro deportivo, ayudará a crecer y ganar exposición.	Amenazas - La competencia tiene una presencia digital más sólida y de mayor audiencia. - No se tiene todavía conocimientos de los algoritmos de las redes sociales, lo que puede afectar en un principio para llegar al público meta. De igual manera puede afectar si no se pautan de forma correcta considerando la calidad del contenido, días, horas y presupuesto de los anuncios. - Si no se sigue una estrategia de contenido o no se publica de manera frecuente antes de la apertura, se corre el riesgo de que no se logre el posicionamiento deseado.

Estrategias de comunicación considerando Foda Estratégico

Para maximizar la visibilidad de Four Fitness Club implementará estrategias de comunicación a través de Instagram, Facebook y WhatsApp Business. Estas plataformas serán esenciales para mostrar las modernas instalaciones, promover la interacción con los miembros y proporcionar contenido valioso que refuerce el compromiso con un estilo de vida saludable.

La estrategia que aplica para este apartado considerando el Foda Estratégico es:

- Hacer publicidad en redes sociales inicialmente de manera orgánica para verificar mercado, horario y días donde se tiene mayor alcance, posteriormente considerar estrategias de pautas pagadas que resalte para que Four Fitness tenga una visión definida y que se dirige hacia metas específicas que beneficien a sus clientes.

1. Instagram:

Utilizar Instagram para mostrar la modernidad de las instalaciones y la variedad de actividades que ofrece Four Fitness Club.

- **Estrategia:**
 - Publicaciones Visuales: Compartir imágenes y videos de alta calidad de las instalaciones, clases en acción y testimonios de clientes satisfechos.
 - Interacción: Fomentar la participación de los seguidores mediante preguntas y respuestas en stories y comentarios, aprovechando la funcionalidad de encuestas para recoger opiniones y preferencias de los miembros.

2. Facebook:

Utilizar Facebook para construir una comunidad alrededor de Four Fitness Club y compartir contenido educativo y promocional.

- **Estrategia:**
 - Publicaciones: Compartir consejos de fitness, y promociones especiales. También es una plataforma ideal para anunciar eventos y clases especiales.
 - Grupos de Facebook: Crear grupos específicos para miembros del gimnasio donde puedan intercambiar experiencias, consejos y motivación. Esto puede ayudar a fomentar un sentido de comunidad y pertenencia.

3. WhatsApp Business:

Utilizar WhatsApp Business para enviar mensajes directos y personalizados a los clientes, ofreciendo un canal de comunicación rápido y eficiente.

- **Estrategia:**

- Alertas y Recordatorios: Enviar mensajes con recordatorios de clases, citas con entrenadores personales o eventos próximos.
- Atención al Cliente: Proporcionar un canal directo para que los miembros puedan hacer preguntas, reservar clases o reportar inquietudes de manera rápida y privada.

Estas estrategias están diseñadas para aprovechar al máximo las capacidades de cada plataforma para Four Fitness Club.

OBJETIVO 13

Desarrollar contenido y sugerencias para redes sociales

Descripción general del contenido

Se realizaron 2 meses de contenido para redes sociales, tanto como publicaciones e historias. Se optó por iniciar con publicaciones espejo para Instagram y Facebook, ya que por ser una nueva marca, se necesita en ambos lugares la misma información y que llegue de igual manera a nuestro público meta.

Los temas seleccionados para las publicaciones son: frases, información/promoción, tips, datos curiosos, cuenta regresiva y fotografía de las instalaciones.

Los temas seleccionados para las historias son: preguntas/interacción, frases, tips, información y cuenta regresiva.

A continuación se brinda una explicación y razones de los temas elegidos.

Frases: Publicar frases motivacionales fomenta la interacción con los usuarios al resonar emocionalmente con ellos, elevar su ánimo y facilitar la conversación. Estas frases son fácilmente compartibles, lo que aumenta la visibilidad del contenido y atrae a nuevos seguidores. Además, crean un ambiente positivo que ayuda a construir una comunidad unida en torno a valores compartidos.

Información/promoción: Publicar información general acerca del gimnasio, y más en sus inicios, es muy necesario para mantener a la gente al tanto de lo que sucede. En un principio se utilizará para publicar las promociones de apertura para atraer la atención del público e incitarlos a inscribirse al gimnasio.

Tips: Proporcionan contenido útil y práctico que les ayude en su vida diaria. Esto fomenta la participación, ya que los usuarios pueden comentar, compartir sus experiencias o preguntar más sobre el tema. Además, los tips pueden posicionar a la marca o persona como un referente en el área, aumentando la confianza y lealtad de la audiencia.

Datos curiosos: Despierta su curiosidad y asombro, lo que puede motivarlos a comentar y compartir. Este tipo de contenido es entretenido y fácil de consumir, lo que aumenta la probabilidad de que se viralice. Además, los datos curiosos suelen fomentar conversaciones y debates, lo que enriquece la interacción y fortalece la conexión entre la audiencia y la marca.

Cuenta regresiva: Genera anticipación y emoción en torno al evento. Esta estrategia motiva a los seguidores a participar y mantenerse atentos a las actualizaciones, lo que puede incrementar la interacción a través de comentarios y compartidos. Además, crea un sentido de urgencia que anima a la audiencia a estar involucrada, ya sea mediante la promoción de la apertura o compartiendo la emoción del momento.

Fotografía de instalaciones: Ofrece una representación visual atractiva que despierta interés y curiosidad. Las imágenes permiten a los seguidores explorar el espacio, lo que facilita comentarios y preguntas. Además, transmiten la calidad y el ambiente del lugar, lo que puede influir en su decisión de visitarlo.

Preguntas/interacción: Fomenta la participación activa y el diálogo. Este formato invita a los seguidores a expresar sus opiniones, curiosidades o inquietudes, lo que crea un sentido de comunidad. Además, las respuestas pueden proporcionar contenido valioso y relevante para futuras publicaciones.

Estos brindan un balance perfecto en los temas de interés para publicaciones en las redes sociales, ya que son variados y de interés público.

Las historias están diseñadas para subirse los días viernes y domingo a las 7:00 de la tarde. Estas nos ayudarán a mantenernos en la mente de nuestros usuarios, a crear comunidad y una interacción más rápida en días que no hay publicaciones en el perfil.

A continuación se realizó un moodboard donde se exploran diferentes referentes de inspiración donde se busca lograr ideas para la apertura de Four Fitness Club, para así poder aplicarlas cuando se haga la producción fotográfica en el gym, se determinan las características técnicas y creativas para potencializar el mensaje a los usuarios, tales como el tipo de iluminación, paleta de colores corporativa, frases, etc.



Para la producción de fotos de Four Fitness Club se aconsejan ángulos directos respecto a la cámara, ya sea que las personas están interactuando entre sí (para el sentimiento de comunidad) o que estén utilizando el equipo, en cuanto a la paleta de color se aconseja mantener colores que se alineen con el gimnasio, evitando los rojos, rosas, naranjas y amarillos, la iluminación puede ser suave en las fotos que se busque reflejar la comunidad así como puede ser dura y generar sombras cuando se trate de el uso del equipo deportivo, para las fotos de instalaciones y equipo sin personas se aconseja una iluminación pareja y brillante, sin demasiadas sombras.

Lista de fotos a tomar:

- Área de caminadoras alineadas (puede ser en ángulo de preferencia para que se vea perspectiva de profundidad).
- Sauna (fotografía general puede ser de frente, donde se vea de una forma clara el sauna).
- Equipo de pesas (de preferencia un close up a las mancuernas).
- Fotografía general de algún área ya terminada que se vea bonita y sin tanto ruido visual.
- Lockers que estén alineados a la cámara de frente, que no se vea ningún ángulo o perspectiva de profundidad, líneas horizontales y verticales.
- Recepción (close up a alguna parte de esta misma que se vea limpio y bonito).
- Baños (perspectiva, pueden haber líneas diagonales o hacer algún enfoque hacia el área de lavamanos).
- Foto general del salón con espejos, hay que cuidar que no se vea la cámara en el reflejo del espejo.
- Foto a las instalaciones (generales, puede ser el estacionamiento o algún área llamativa que no esté en planeación).
- Foto del comedor, del área de las mesas o mostrador del comedor.

OBJETIVO 14

Diseñar POP (publicidad para punto de venta)

Propuesta de diseño del POP

Para una propuesta de POP efectiva para Four Fitness Club fue necesario evaluar la identidad de marca ya creada e identificar los posibles usos de los gráficos, una vez seleccionado donde irían los anuncios, se diseñó considerando los colores y la identidad del gimnasio, optando por frases motivadoras en tamaño poster, señaléticas para las diferentes áreas del gym y de los vestidores, personalización de los lockers para que se sientan propios de Four Fitness Club y no se vean genéricos, tabla de horarios para poner en recepción junto con el cartel de bienvenida.

Mockup de vinil en ventana principal



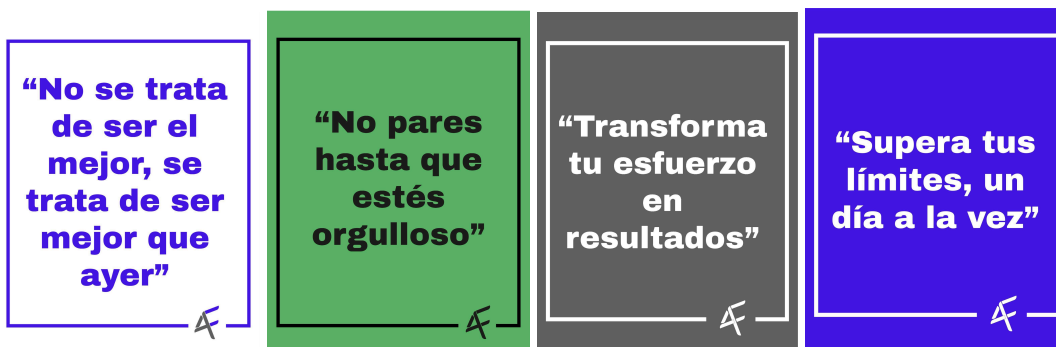
Cartel de bienvenida para entrada en recepción



Cartel de horarios



Frases motivacionales tamaño poster para paredes



Vinil para lockers con gráfico auxiliar



Señalética de zonas



Las propuestas de POP serían ideales para que el empresario las emplee en las instalaciones así como para que se inspire y tenga una línea visual clara para en un futuro complementar con más diseños de ser necesario que sigan la línea visual.

4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.

Aprendizajes profesionales (en equipo)

Durante el semestre, realizamos presentaciones y el informe final, lo que facilitó la interacción y comunicación tanto con el empresario cómo entre nosotras, permitiendo presentar un trabajo claro y alineado con las expectativas. Para lograr esto, fue necesario delegar tareas específicas de cada objetivo, lo que equilibró la carga de trabajo y permitió que cada una de nosotras se enfocara en lo esencial. Esto fomentó la responsabilidad y el compromiso necesario para concluir el proyecto de una manera en la que beneficiará tanto al empresario, con resultados concretos, cómo a nosotras, con los aprendizajes adquiridos. Además, nos adaptamos constantemente, ya que no estábamos completamente familiarizadas con todos los aspectos del trabajo, aunque teníamos una idea general de cada tema. Este proceso nos llevó a apoyarnos mutuamente y aprender cosas nuevas a lo largo del proyecto. Se pusieron en práctica los diferentes conocimientos adquiridos durante nuestra trayectoria universitaria, lo que nos permitió aplicar lo aprendido, incluso aquellos conocimientos de los que no éramos conscientes de haber asimilado. Un aspecto clave fue la recopilación y análisis de información a través de fuentes primarias y secundarias, lo que nos ayudó a filtrar y seleccionar la información más relevante para el proyecto.

Finalmente, esta experiencia ha sido valiosa para nuestra formación profesional, ya que las competencias desarrolladas nos permiten trabajar de manera más efectiva con personas que tienen mayor experiencia laboral. Además, los conocimientos adquiridos nos permitirán, en el futuro, contribuir de manera significativa en áreas específicas dentro de nuestros trabajos.

Aprendizajes sociales (individual)

- **Monse:** Este proyecto ha sido una oportunidad importante para aplicar de manera efectiva mis conocimientos en consultoría y los adquiridos durante

mi carrera, beneficiando a Four Fitness Club en su proceso de apertura. A lo largo del proyecto, he aprendido a utilizar diversas herramientas y desarrollar habilidades que son esenciales para llevar a cabo un proyecto de principio a fin, desde la definición de objetivos hasta su ejecución de manera adecuada. La gestión del tiempo ha sido importante para no retrasar el progreso del equipo, lo que me ha ayudado a desarrollar una mejor organización personal. También he mejorado en mis habilidades de investigación, logrando analizar de manera efectiva qué información es útil y encontrando soluciones cuando los recursos e información disponibles son limitados. Esto ha permitido entregar un trabajo que proporciona al gimnasio una base sólida y clara para su desarrollo futuro, con el fin de convertirlo en un negocio exitoso. Además de contribuir a la economía y la creación de empleo, también ofrece un espacio donde las personas pueden mejorar su calidad de vida. Para mí, este proyecto ha sido igualmente valioso, ya que me ha permitido poner a prueba mis habilidades, identificar áreas de mejora y fortalecer mis competencias.

- **Cynthia:** En este proyecto se aportan los conocimientos profesionales adquiridos durante la carrera de cada integrante, en donde se aplica la consultoría a una empresa en particular con la finalidad de que al terminar el semestre se resuelvan las problemáticas detectadas por el empresario y el equipo consultor y se pueda entregar material físico y digital para el correcto funcionamiento de la organización. A través de este proceso de consultoría que se ha estado trabajando, sin lugar a duda se le va a proporcionar al empresario Omar Covarrubias material muy valioso para que pueda ser utilizado y aplicado posteriormente. El proyecto me ha brindado muchos nuevos conocimientos para madurar en los negocios, ahora consulto información de una manera más ordenada y responsable, razonó lo consultado y finalmente validó con personas cercanas para complementar opiniones. Desde mi punto de vista, creo que mis servicios profesionales que otorgué durante el semestre fueron de suma importancia,

y van a ayudar a la empresa a tener un gran lanzamiento de apertura, lo cual conlleva a generar fuentes de empleo para mejora de la economía en las personas que formaran parte de Four Fitness Club.

- **Frida:** En este proyecto se pudo desarrollar una transformación de manera creativa e innovadora de manera satisfactoria. Se realizaron gráficos de contenido para redes, en los cuales se transmitieron diversas ideas, al igual que la creación de un logo fresco y original siempre pensando en la identidad y necesidades de la marca. Ayudando así a crear un espacio social, moderno, amigable y llamativo para las personas. Gracias a las herramientas otorgadas soy muy capaz de preparar y llevar a cabo un proyecto, ya que sé ahora cómo organizar, dividir y desarrollar el proyecto. Pude innovar en la parte de la salud y fitness, sugiriendo un espacio en donde las personas pueden crear comunidad al mismo tiempo que mejoran su salud y comprender que tener un lugar bonito y completo para ejercitarse hace mucho más amena esa actividad. Definitivamente mis servicios ayudaron a iniciar de manera asertiva y óptima este proyecto que empezó de cero. Sé lo que conlleva comenzar un negocio como emprendedor y definitivamente toda esta ayuda tan completa que se brinda en el PAP es extraordinaria, tanto para el empresario, como para los alumnos ya que trabajamos en una empresa real y podemos darnos una idea de lo que conlleva el mundo laboral. Se contribuyó a la economía de Jiquilpan, ya que se creó una marca 100% mexicana y en este municipio y sus alrededores no tienen un gimnasio de esta magnitud, lo que atraerá la atención de muchas personas. Definitivamente puedo transferir mis conocimientos a otras situaciones, ya que son herramientas muy útiles para todo tipo de empresa o marca, que quiera empezar de cero o quieran un cambio de imagen mejor posicionado. Me parece bonito poder ayudarnos como sociedad, cómo podemos compartir nuestros conocimientos y apoyar a otros negocios con distintas herramientas.

- **Maria Jose:** Este proyecto ha tenido un gran impacto en mi persona, permitiendo que pueda aportar los conocimientos adquiridos en mi carrera así como también lograr ayudar a una empresa mexicana a lograr sus objetivos de apertura, permitiendo que se generen empleos y a través de un trabajo en equipo con mis compañeras durante este proyecto, hemos colaborado de manera que logramos intercambiar ideas y brindar diversos enfoques que enriquecieron el proyecto, el impacto social va más allá de generar empleos, se está brindando un espacio de recreación para la comunidad en Jiquilpan michoacán, promoviendo un espacio equipado de la mejor manera, así como mejorar la calidad de vida y economía de los que conforman parte de Four Fitness Club.

Aprendizajes éticos (individual)

- **Monse:** El PAP me ha permitido mejorar mi capacidad de tomar decisiones de manera ética, siempre considerando las ideas y perspectivas de mis compañeras para trabajar de manera colaborativa y eficaz, alineándose con los objetivos de la empresa. Estas decisiones me han guiado hacia soluciones que se adaptan mejor a lo que el empresario estaba buscando. He aprendido a escuchar activamente a los demás y a respetar las diversas opiniones, lo que nos ha ayudado a encontrar la mejor solución en conjunto. Este proyecto también me ha enseñado la importancia de trabajar con personas de distintas áreas, complementando ideas y aprendiendo de sus conocimientos y enfoques.
- **Cynthia:** Trabajar en este PAP me ayudó a reforzar la importancia del trabajo en equipo, la apertura para compartir ideas y la toma de decisiones efectivas en un entorno colaborativo. La colaboración y la comunicación eficiente entre los miembros del equipo demostraron ser fundamentales para el éxito del proyecto, creando un ambiente de apoyo y fomentando la

sinergia. El intercambio constante de ideas enriqueció nuestro trabajo y nos permitió considerar diversas perspectivas, lo que a su vez contribuyó a la toma de decisiones más enfocadas para la empresa. Esta experiencia destaca que el trabajo en equipo, el compartir ideas y la toma de decisiones bien fundamentadas son elementos claves para lograr objetivos de manera eficiente y efectiva. La experiencia de apoyar a una empresa para su lanzamiento de apertura fue algo nuevo para mí y me llevó a un crecimiento personal y profesional significativo, la oportunidad de aplicar las lecciones aprendidas en futuros proyectos, ya sea en el ámbito académico o laboral. Esta experiencia me invita a querer continuar colaborando en equipos interdisciplinarios, a seguir compartiendo ideas y a tomar decisiones fundamentadas. Además, me preparó para enfrentar desafíos futuros con confianza, al haber adquirido habilidades valiosas en el trabajo en equipo, la comunicación y la toma de decisiones.

- **Frida:** La principal decisión que tomé fue elegir este PAP y lo elegí ya que iba muy acorde a lo que yo hago de trabajo y así pude desarrollar mucho más estas herramientas que fui aprendiendo en mi contexto laboral y de igual manera en mi vida universitaria. También pude comprender lo importante que es dejar nuestro granito de arena en la sociedad, hacer todo desde la ética y respetando nuestra moral y límites, al igual que el de nuestros compañeros y empresarios. Me invita a respetar las diferentes ideas y opiniones que se presentan dentro del equipo, no siempre vamos a estar de acuerdo y eso está bien, es sano que existan diferentes puntos de vista, porque así en conjunto podemos llegar a una idea genial, desde el respeto y la admiración. Primeramente, ejerceré mi profesión para mí, en proyectos que me gusten y me hagan sentir pasión y energía, proyectos que aporten cosas bonitas a la sociedad y siempre tomando en cuenta lo que importa: respetar a todxs. En mi carrera se presta mucho a la mala publicidad y yo prometí jamás hacer publicidad que ataque a diferentes grupos que se merecen el mismo respeto que cualquier persona.

Definitivamente me encantaría también apoyar a proyectos pequeños que apenas van empezando y que son los que más necesitan ayuda, algo que tenga un impacto en el mundo y se haga de manera innovadora.

- **Maria Jose:** El elegir este PAP en lo personal fue la decisión más adecuada para mí ya que en él pude desarrollar habilidades profesionales tanto como personales, aprendiendo como funciona de forma real un proyecto con encargados de áreas, siendo mis compañeras pilares importantes en el proyecto y aprendizajes me dieron una nueva perspectiva del mundo laboral en el cual nuestra ética de trabajo es imprescindible ya que la responsabilidad y colaboración es esencial en esta etapa, así mismo, colaborar con las maestras asesoras del PAP me brindó aprendizajes los cuales me preparan para un futuro profesional en el cual podré aportar a mi equipo y mi equipo aportarme a mí, tanto profesionalmente como personalmente para así poder lograr los objetivos propuestos, me motiva a seguir explorando nuevos proyectos y equipos en donde todos nos aportemos algo beneficioso personal y profesional.

Aprendizajes en lo personal (individual)

- **Monse:** Este PAP me ha permitido conocerme mejor, tanto en términos de mis fortalezas, para aprovecharlas, como de mis debilidades, para trabajar en ellas. He puesto a prueba mi capacidad para trabajar en equipo, mi disposición para aprender cosas nuevas y mi habilidad para escuchar y considerar diversas perspectivas. Además, he identificado cómo puedo aportar de manera significativa en un equipo multidisciplinario, apoyando en lo necesario y aprendiendo constantemente de los demás.
- **Cynthia:** Trabajar en un equipo multidisciplinario en mi segundo PAP me brindó la experiencia de convivir con personas nuevas con ideas y perspectivas diferentes a las mías. Tuve la oportunidad de conocer mis

fortalezas, debilidades y preferencias en un contexto académico profesional. Identifique mis habilidades en trabajo en equipo, toma de decisiones y comunicación, lo que contribuye a un mayor autoconocimiento. También pude evaluar mis intereses y pasiones en relación con el proyecto, lo que proporciona claridad sobre mis objetivos profesionales y personales. Fue un proyecto desafiante, pero no difícil de llevar, que fue lo más importante y me emociona mucho ver los resultados y ser parte de ellos. Disfruté mucho y aprendí que es lo más importante.

- **Frida:** Realmente pude conocerme mejor y demostrarme a mí misma de lo que soy capaz. Pude comprender un poco más cuales son mis pasiones, que me gusta más hacer y que no, a ponerme a prueba en cada paso y saber que puedo lograr muchas cosas si me las propongo. También reconocí que muchas veces, en otros proyectos no me he valorado lo suficiente y he pensado que mi trabajo no vale la pena, pero eliminé esos pensamientos que nos destruyen y mejor los convertí en ideas y ánimos de trabajo. El PAP me dio a conocer que todavía hay mucha gente bonita dispuesta a ayudar a quienes lo necesitan, sea el tipo de ayuda que sea, hay un esfuerzo y corazón de por medio. También continuó enseñándome a como convivir en equipo, a respetar las ideas de las demás personas, a reconocer que todos somos diferentes y que esas diferencias nos hacen únicos y nos hacen aportar diferentes cosas para crear algo increíble. Aprendí que el respeto es primordial, que lo que me proponga lo puedo lograr, que debo de enfocarme en las cosas que me gustan hacer y si hay otras que no me gustan tanto, aún así hacerlas desde el corazón y la profesionalismo que se merecen.
- **Maria Jose:** Este PAP ha sido de mucha ayuda para seguir descubriendo cual es mi camino profesional personal, aprendí que partes disfruto del proceso y en cuales necesito trabajar un poco más, mis compañeras fueron de gran apoyo siempre colaborando mutuamente y aprendiendo una de la

otra, confiando en la repartición de los objetivos, identifiqué mis habilidades en un equipo multidisciplinario, así como lo que soy capaz de aportar y lograr, fue un proyecto emocionante en el cual me desafíe personal y profesionalmente y se que va a dar resultados gratos gracias al trabajo propio y de mis compañeras.

5. Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones del proyecto

Four Fitness Club originalmente no contaba con una identidad de marca establecida ni una estructura financiera. Sin embargo, gracias a su ubicación estratégica y el interés por el bienestar físico hacia la sociedad, ha logrado atraer a un mercado que le permitió avanzar con la idea del lanzamiento del gimnasio. A pesar de estos faltantes iniciales, ya tenían una visión sobre los colores que querían usar y cuáles no para su identidad de marca, las áreas que conformarían el gimnasio, así cómo algunos costos aproximados para su operación.

5.2 Recomendaciones del proyecto

Finanzas:

Para lograr una proyección financiera adecuada, se recomienda utilizar el archivo formulado con datos actualizados y precisos, conforme se obtengan, lo cual permitirá consolidar una estructura financiera sólida y facilitará el análisis detallado de las variaciones en ingresos y gastos. Adicionalmente, se sugiere que Four Fitness Club considere diversificar su oferta de productos y servicios o ajustar los precios, con el objetivo de reducir el volumen de ventas necesario para alcanzar tanto el punto de equilibrio cómo la utilidad deseada.

Mercadotecnia:

Para Four Fitness Club, es crucial mantener una alineación estratégica con sus objetivos a largo plazo para garantizar el éxito continuo en el mercado. En el área de mercadotecnia, se recomienda mantenerse fiel a la misión, visión y valores establecidos de la empresa. Además, es esencial implementar de manera consistente el formulario de satisfacción del cliente, lo cual permitirá recopilar feedback valioso para identificar y abordar áreas de mejora de manera oportuna y efectiva. Estas acciones son clave para mejorar la entrega de servicios y la satisfacción del cliente en general.

Diseño / Publicidad:

Para optimizar el alcance y la efectividad del proyecto, se proponen varias recomendaciones estratégicas que pueden contribuir significativamente a su crecimiento y sostenibilidad en base a los objetivos propuestos. Estas recomendaciones se centran en mejorar la comunicación y la interacción con los clientes, así como en maximizar la visibilidad de la marca.

1. Apertura de WhatsApp Business

Esta aplicación permite una comunicación directa y personalizada con los clientes. Esta plataforma facilita el envío de mensajes automatizados, respuestas rápidas y la gestión eficiente de consultas. Al abrir un canal en WhatsApp, se puede mejorar la atención al cliente, resolver dudas de manera inmediata y fomentar una relación más cercana con la audiencia. Además, permite enviar actualizaciones sobre productos y promociones de forma efectiva, lo que puede aumentar las conversiones.

2. E-mail Marketing

El e-mail marketing es una herramienta poderosa para mantener el contacto con los clientes. Permite enviar boletines informativos, promociones y contenido relevante que puede mantener a la audiencia comprometida. Además, es una forma efectiva de segmentar la comunicación,

personalizando los mensajes según las preferencias de los usuarios. Con una estrategia bien definida, se pueden aumentar las tasas de apertura y conversión, convirtiendo prospectos en clientes leales.

3. Contratación de un Community Manager

Un community manager se encarga de gestionar la presencia en redes sociales, creando contenido atractivo y relevante. Su rol es fundamental para construir y mantener una comunidad activa alrededor de la marca. Al crear imágenes y gestionar publicaciones, un community manager puede potenciar el engagement y aumentar la visibilidad del proyecto. Además, puede analizar las métricas de rendimiento y ajustar las estrategias en función de los resultados, optimizando así la inversión en redes sociales.

4. Abrir un perfil de TikTok

TikTok se ha convertido en una plataforma clave para el marketing digital, especialmente entre audiencias más jóvenes. Crear una cuenta en TikTok permite experimentar con contenido dinámico y creativo, aumentando la visibilidad de la marca de forma orgánica. La naturaleza viral de TikTok puede ayudar a llegar a nuevos públicos y generar un mayor interés en el proyecto. Utilizar esta plataforma también ofrece la oportunidad de mostrar la personalidad de la marca y conectar de manera más auténtica con la audiencia.

5. Foto y video en el día de la inauguración

Documentar la inauguración es clave para generar contenido visual de alta calidad que se pueda utilizar en todas las plataformas de marketing. Un evento de inauguración bien documentado no solo captura la esencia de la marca, sino que también proporciona material valioso para futuras campañas promocionales y redes sociales. Este contenido visual puede servir como testimonio del éxito del evento y atraer a nuevos clientes a través de imágenes y videos atractivos. Además, con alguien profesional

encargado de esta tarea, el equipo se puede encargar o enfocarse en otras cosas en este día tan importante.

6. Documentar el proceso de la marca

Documentar el proceso de construcción de un local y la creación de una marca es esencial para generar transparencia y autenticidad, lo que fortalece la confianza del consumidor. Al compartir este viaje a través de videos y fotos, se fomenta una conexión emocional con el público, creando anticipación y una comunidad leal que se siente parte del proceso. Además, este contenido se convierte en un valioso activo de marketing que puede diferenciar la marca de la competencia, educar a los consumidores sobre sus valores y contribuir al crecimiento sostenido del negocio. En conjunto, estas acciones establecen una identidad sólida y memorable en el mercado.

Bibliografía

De Azkue, I. (2024, 5 julio). Misión, visión y valores de una empresa - Qué son y ejemplos.

Concepto. <https://concepto.de/mision-y-vision/>

De Estadística y Geografía, I. N. (s. f.). Directorio Estadístico Nacional de Unidades

Económicas. DENU. <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>

Alonso, M. (2022, 27 diciembre). Buyer Persona: qué es y cómo hacer uno para tu

proyecto [2022] • Asana. Asana. <https://asana.com/es/resources/buyer-persona>

Eafit, U. (s. f.). 5 claves para pautar efectivamente en Facebook e Instagram -

Pregrado de mercadeo / Marketips - Universidad EAFIT. www.eafit.com.

<https://www.eafit.edu.co/programas-academicos/pregrados/mercadeo/marketips/Paginas/5-clave-para-pautar-en-facebook-y-en-instagram.aspx>

Peçanha, V. (2022, 20 octubre). ¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online? Descubre cómo impulsar tu marca con esta estrategia. Rock Content - ES. <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/>

De Ceupe, B. (2019, 24 junio). Ceupe. Ceupe. <https://www.ceupe.com/blog/analisis-estrategico-dafo.html>

¿Para qué sirve el Mystery Shopper? (2019, 10 noviembre). SGSCorp. <https://www.sgs.com/es-mx/noticias/2019/11/para-que-sirve-el-mystery-shopper>

Empresariales, U. P. (s. f.). Las 7 P del marketing. <https://blog.up.edu.mx/las-7-ps-de-marketing>

Author, G. (2021, 22 junio). Qué es benchmarking y qué ventajas aporta a las empresas. Rock Content - ES. <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-benchmarking/>

Vazquez, M. J. (2020, 6 diciembre). ¿Qué es un manual de identidad y qué debe incluir? Domestika. <https://www.domestika.org/es/blog/2550-que-es-un-manual-de-identidad-y-que-debe-incluir>

Martins, J. (2024, 5 febrero). Briefing: qué es y cómo hacerlo en 5 pasos con un ejemplo [2024] • Asana. Asana. <https://asana.com/es/resources/project-brief>

Euroinnova International Online Education. (2024, 17 septiembre). Conoces qué es la comunicación efectiva en salud.

<https://www.euroinnova.com/blog/que-son-tacticas-de-marketing>

Ortega, C. (2023, 27 junio). Estrategia de precios: Qué es, tipos y ejemplos. QuestionPro.

<https://www.questionpro.com/blog/es/estrategia-de-precios/>

Garcia, J. A. C. (2023, 26 septiembre). Punto de equilibrio: qué es y cómo calcularlo.

Salesforce. <https://www.salesforce.com/mx/blog/punto-de-equilibrio/>

Gob.mx. (s. f.). gob.mx.

<https://www.gob.mx/tramites/ficha/solicitud-de-registro-de-marca-ante-el-impi/IMPI8>

[8](#)

ANEXOS

Cuestionario de validación de mercado meta

Link encuesta en formato Google Forms:

<https://forms.gle/5zmoCx43LzaFF1C58>

Edad

- 18 a 25 años
- 25 a 35 años
- 31 a 35 años
- 36 a 40 años
- 41 a 45 años
- 46 a 53 años

- 54 a 60 años

Oficio

- Estudiante
- Profesionista Jr.
- Profesionista Sr.

¿Te consideras una persona activa?

- Sí
- No
- A veces

¿Con qué frecuencia acudes a un gimnasio o clase de actividad física?

- 1 o 2 veces a la semana
- 3 o 4 veces a la semana
- Todos los días
- Nunca

De los siguientes elementos, escoge 3 que sean más importantes para ti

- Precio
- Máquina de ejercicio actuales
- Clases extra ofertadas (pilates, yoga, clase enfocada en abdomen, barre, clase funcional, etc)
- Instalaciones modernas y completas
- Ubicación
- Otra: _____

¿Qué te gustaría que un gimnasio ofreciera en diferencia a otros?

¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una membresía en un club con gimnasio integral, sauna, regaderas, vestidores, restaurante y comedor?

¿Estarías dispuesto a pagar extra por clases funcionales o barre en un gimnasio en el cual pagas membresía?

- Sí
- No

En base a la pregunta anterior, si la respuesta fue sí ¿cuánto estarías dispuesto a pagar por una clase?

¿Qué tipo de membresía te es más atractiva?

- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual
- Por pases

¿Qué eventos o promociones te motivarían a unirte a un nuevo gimnasio?

- Descuentos en la membresía
- Días de prueba gratuita
- Eventos de inauguración
- Recomendación de amigos o familiares
- Otra: _____