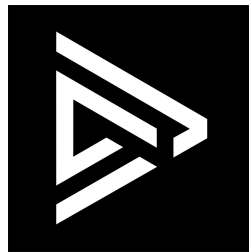


DINAMIK CENTER



CAFYD-SEMIPRESENCIAL

FACULTAD CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA
Y EL DEPORTE



Realizado por: Daniel Blanco Ataz y Jose Pablo de la Torre Loriente
Grupo TFG: M41
Año Académico: 2023-2024
Profesor/a: Silvio Addolorato
Área: Plan de empresa

RESUMEN DEL PLAN DE EMPRESA

El presente documento representa el trabajo final de grado denominado “DINAMIK CENTER” como plan de empresa para la creación de una instalación deportiva de acuerdo con los requerimientos y aspectos formales ofrecidos por la Universidad Europea de Madrid.

DINAMIK CENTER es la evolución y el resultado del crecimiento de la marca personal Dinamik Training creada por Daniel Blanco Ataz en el año 2023. Dedicada al mundo del fitness con servicios de entrenamiento personal en centro deportivo o domicilio, grupos de entrenamiento *outdoor*, servicio de entrenamiento *online* y creación de eventos y formaciones deportivas.

Dinamik Training surge debido al crecimiento personal como entrenador y espíritu emprendedor que Daniel Blanco ha tenido durante los últimos 10 años de experiencia en el sector y la necesidad de crear una marca que aportase un valor diferencial hacia sus clientes mediante la personalización, a través de un equipo de trabajo multidisciplinar y la creación de una comunidad donde todas las personas que formasen parte se sintieran importantes e identificadas con sus valores.

El centro deportivo se creará como una instalación que ofrecerá una gran variedad de servicios a sus clientes, desde entrenamiento personal y grupos reducidos, clases colectivas, servicio de fisioterapia y nutrición a través de un equipo multidisciplinar que llevará el caso de cada cliente de manera individualizada. Además, se podrán realizar diferentes eventos deportivos y formaciones.

La localización del centro deportivo se encuentra en la ciudad de Madrid (barrio Tetuán/Chamartín). Será un centro “*High Ticket*” por lo que nuestro público objetivo tendrá un nivel económico medio/alto. Ofreceremos un amplio abanico de servicios personalizados a través de una primera entrevista para saber realmente cuál es el idóneo según cada persona.

Buscamos personas que quieran mejorar su salud, formar parte de una comunidad y sentirse cada día mejor con su forma física o rendimiento deportivo.

Actualmente Dinamik Training cuenta con un equipo formado por 3 entrenadores, un nutricionista y un fisioterapeuta. Dentro de nuestros servicios podemos encontrar 3 grupos de entrenamiento al aire libre (parques Sahagún, Norte y Santander), entrenamiento personal (en el centro Functional Feel Castellana o a domicilio) y entrenamiento *online*. Además de realizar en algunas ocasiones eventos deportivos o formaciones para nuestros clientes. Tenemos alrededor de 60 clientes activos actualmente y nuestra visión es terminar el año con más de 85 y una facturación por encima de los 48.000€ anuales en 2024.

Palabras clave: Entrenamiento, Centro deportivo, Innovación, Creación, Negocio

Abstract

This document represents the final degree project called “DINAMIK CENTER” as a business plan for the creation of a sports facility according to the requirements and formal aspects offered by the European University of Madrid.

DINAMIK CENTER is the evolution and result of the growth of the personal brand Dinamik Training created by Daniel Blanco Ataz in 2023. Dedicated to the world of fitness with personal training services in a sports center or home, outdoor training groups, training service online and creation of events and sports training.

Dinamik Training arose due to the personal growth as a trainer and entrepreneurial spirit that Daniel Blanco has had during the last 10 years of experience in the sector and the need to create a brand that would provide differential value to its clients through personalization through a multidisciplinary work team and the creation of a community where all the people who were part felt important and identified with their values.

The sports center will be created as a facility that will offer a wide variety of services to its clients, from personal training or small groups, group classes, physiotherapy, psychology and nutrition services through a multidisciplinary team that will handle the case of each client. individualized manner. In addition, different sporting events and training sessions can be held.

The location of the sports center is in the city of Madrid (Tetuán/Chamartín). It will be a “High Ticket” center so our target audience will have a medium/high economic level. We will offer a wide range of personalized services through an interview to really know which one is ideal for each person.

We are looking for people who want to improve their health, be part of a community and feel better every day with their physical fitness or sports performance.

Currently Dinamik Training has a team made up of 3 trainers, a nutritionist and a physiotherapist. Within our services we can find 3 outdoor training groups (Sahagún, Norte and Santander parks), personal training in a sports center (Functional Feel Castellana or home) and online training. In addition to sometimes holding sporting events or training for our clients. We currently have around 60 active clients and our vision is to end the year with more than 85 and a turnover above €48,000 annually in 2024.

Keywords: Training, Sports center, Innovation, Creation, Business

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	8
2. DEFINICIÓN E IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO	9
2.1. MODELO CANVAS	11
2.2. IDEA DE NEGOCIO	12
2.3. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES.	13
2.3.1. MISIÓN.	13
2.3.2. VISIÓN.	13
2.3.3. VALORES:	14
2.4. LÍNEAS GENERALES	14
2.5. EMPRENDEDORES	15
3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO	15
3.1. ANÁLISIS INTERNO	15
3.1.1. CADENA DE VALOR.	15
3.1.2. PERFIL ESTRATÉGICO.	16
3.2. ANÁLISIS EXTERNO.	16
3.2.1. PEST	16
3.2.2. TABLA BENCHMARKING	18
3.2.3. MODELO DE LAS 5 FUERZAS	19
3.3. DAFO y CAME	20
3.3.1. DAFO	20
3.3.2. CAME	21
3.4. OBJETIVOS	23
3.4.1. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.	23
3.4.2. OBJETIVOS OPERATIVOS.	24
4. PLAN DE MARKETING	24
4.1. DECISIONES DE PRODUCTO.	25
4.2. DECISIONES DE PRECIO	26
4.3. DECISIONES DE DISTRIBUCIÓN	28
4.4. DECISIONES DE COMUNICACIÓN	29
5. PLAN DE OPERACIONES/GESTIÓN	30
5.1. DESCRIPCIÓN DE LUGAR FÍSICO	30
5.2. PROCESOS	32
5.2.1. MAPA DE PROCESOS.	33
5.2.2. DOCUMENTACIÓN DE PROCESOS	34
6. PLAN RECURSOS HUMANOS	35
6.1. ORGANIGRAMA	35

6.2 PERFILES DE PUESTOS DE TRABAJO	37
6.3 SELECCIÓN Y FORMACIÓN	37
6.3.1 SELECCIÓN	37
6.3.2 FORMACIÓN.	37
6.4 CONTRATACIÓN-POLÍTICA SALARIAL	38
6.5 PROCESOS EXTERNALIZADOS EMPRESA	39
7. PLAN JURÍDICO	40
7.1 TIPO DE SOCIEDAD	40
7.2 REQUISITOS LEGALES	40
8. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO Y VIABILIDAD	41
8.1. INVERSIÓN INICIAL Y FINANCIACIÓN.	41
8.2. BALANCE DE SITUACIÓN	42
8.3. INGRESOS - GASTOS DEL AÑO 1 DE FUNCIONAMIENTO	42
8.4. CUENTA DE RESULTADOS A 5 AÑOS.	43
8.5. ESCENARIOS	44
8.6. RATIOS FINANCIEROS DE INTERÉS Y VALORACIÓN DEL PROYECTO	45
9. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	46
9.1. SOSTENIBILIDAD SOCIAL	46
9.2. SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA	46
9.3 SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	47
10. CRONOGRAMA (TO-START)	47
11. CONCLUSIONES	49
12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	50
12.1 BIBLIOGRAFÍA	50
12.2 WEBGRAFÍA	52
ANEXOS	53
Anexo 1: Encuesta Tendencias del Fitness en España 2023	53
Anexo 2: Mapa Ubicación DINAMIK CENTER	54
Anexo 3: Buyer persona 2-3-4.	55
Anexo 4: Dinamik Training Actual	56
Anexo 5: Valores DINAMIK CENTER	57
Anexo 6: Cadena de Valor DINAMIK CENTER	59
Anexo 7: Perfil estratégico DINAMIK CENTER	60
Anexo 8: Análisis PEST DINAMIK CENTER	62
Anexo 9: Factores políticos y legales	63
Anexo 10: Indicadores de Madrid	64
Anexo 11: Figura 4: I+D+A Comunidad de Madrid 2021	71
Anexo 12: Las 5+1 fuerzas de Porter	72

Anexo 13: Matriz DAFO DINAMIK CENTER	73
Anexo 14: Análisis CAME DINAMIK CENTER	74
Anexo 15: Objetivos estratégicos DINAMIK CENTER	75
Anexo 16: Objetivos operativos DINAMIK CENTER	76
Anexo 17: Clases grupos reducidos	77
Anexo 18: Perfil de Entrenador DINAMIK CENTER	78
Anexo 19: Perfil de Community Manager DINAMIK CENTER	79
Anexo 20: Perfil de Atención al cliente DINAMIK CENTER	80
Anexo 21: Plan jurídico DINAMIK CENTER	81

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1: Tabla competidores representativos	19
Tabla 2: Formaciones DINAMIK	39
Tabla 3: Características Sociedad Limitada	41
Tabla 4: Inversiones DINAMIK CENTER	42
Tabla 5: Financiación DINAMIK	42
Tabla 6: Balance DINAMIK CENTER	43
Tabla 7: Ingresos año 1 DINAMIK CENTER	43
Tabla 8: Gastos año 1 DINAMIK CENTER	44
Tabla 9: Cuenta de resultados 5 años	44
Tabla 10: Escenario optimista-pesimista	45
Tabla 11: Ratios financieros	46
Tabla 12: Cronograma to-start	49

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1: Modelo Canvas DINAMIK CENTER	11
Figura 2: Zona influencia DINAMIK CENTER	18
Figura 3: Buyer persona	25
Figura 4: Tarifas socios DINAMIK CENTER	28
Figura 5: Tarifas servicios DINAMIK CENTER	29
Figura 6: Plano DINAMIK CENTER	30
Figura 7: Mapa de circulaciones	32
Figura 8: Procesos DINAMIK CENTER	34
Figura 9: Diagrama de flujo Pago Clientes	35
Figura 10: Ficha del proceso Pago Cliente	36
Figura 11: Organigrama DINAMIK CENTER	37
Figura 12: Tablas salariales 2024	39

1. INTRODUCCIÓN

El entrenamiento *outdoor*, también conocido como entrenamiento al aire libre tiene sus orígenes en las prácticas de ejercicios físicos realizadas en la naturaleza. Sus orígenes se remontan a diversas tradiciones culturales y actividades al aire libre que han existido durante siglos alrededor del mundo (Reinoso, 2008).

Los ejércitos han utilizado la naturaleza con las tareas de exigencia física como medio para desarrollar equipos y potenciar habilidades de trabajo en equipo (Alonso & Pujades, 2022) Las culturas indígenas han practicado actividades físicas en la naturaleza como estilo de vida. (Monroy & Rodriguez, 2014) La caza, la pesca y el rastreo, son actividades con un alto desarrollo capacidades físicas. Los deportes tradicionales como la escalada, el senderismo, el remo y la equitación son actividades que históricamente se han realizado en entornos naturales. (Carrillo et al., 2020).

El entrenamiento *outdoor* contemporáneo se ha convertido en una forma popular de ejercicio físico que combina beneficios terapéuticos y de conexión con la naturaleza. Entre los beneficios que aporta la naturaleza se encuentra el distanciamiento de las preocupaciones cotidianas, el aumento del estado de ánimo positivo, una reducción de la fatiga mental y de la agresividad y un aumento de la concentración (Harting et al., 2014). El mundo natural brinda la oportunidad de experimentar algo más grande que uno mismo y nos aleja de los pensamientos internos en ocasiones nocivos, nos ayuda a adquirir conocimiento, conciencia y experiencia de autorregulación en respuesta a emociones intensas como miedo y ansiedad (Brymer et al., 2014).

Los centros de *fitness* surgen en la segunda mitad del siglo XX en parte como una respuesta a las necesidades de ofrecer una actividad física saludable a una población cada vez más amplia (Águila & Sicilia, 2014). En la sociedad actual, la salud es una de las principales preocupaciones debido al aumento de enfermedades crónicas metabólicas, cardiovasculares y del aparato locomotor, derivadas de un estilo de vida cada vez más sedentario (Sañudo & García, 2011), teniendo los centros de *fitness* un reto enorme por conseguir. Uno de los principales es la fidelización de sus clientes, teniendo un peso muy importante la proporcionalidad del número de empleados con la cantidad de clientes (Burgos & Cepero, 2019).

Además de los entrenamientos *outdoor* y centros de *fitness*, con el desarrollo de las TIC e internet aparece en el S XXI el entrenamiento físico *online*. Este ofrece una serie de beneficios frente al entrenamiento presencial: Accesibilidad, variedad de opciones,

personalización, ahorro de costes, flexibilidad y seguimiento y retroalimentación (Chiberry et al., 2023). La tecnología y el fitness manifiestan sus puntos de intersección en las principales tendencias alrededor del mundo, el entrenamiento en línea, la tecnología portable, el entrenamiento virtual y las Apps para teléfonos inteligentes. Por otra parte, las redes sociales son una gran herramienta de marketing para las empresas relacionadas con el fitness (Herrera et al., 2019) siendo los *influencers* los líderes de las nuevas formas de comunicación, opinión e influencia en el *fitness*. En la pandemia por la COVID-19 y el confinamiento que se derivó de ella, generaron las condiciones para el desarrollo acelerado del entrenamiento online (Gómez et al., 2022).

Por último, además de la práctica de ejercicio físico *outdoor*, *indoor* u *online*, la nutrición junto con el apoyo de un tratamiento fisioterapéutico son factores claves para desarrollar la salud y el bienestar personal (Sacerio et al., 2023).

2. DEFINICIÓN E IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Dinamik Training actualmente es una marca personal creada por uno de los autores de este trabajo (Daniel Blanco) en el año 2023. Aunque sus comienzos se remontan hasta hace casi 10 años, es durante este último, cuando ha conseguido un mayor crecimiento.

Cuenta con servicios de entrenamiento *outdoor* en tres parques diferentes de Madrid: Norte, Sahagún y Santander, servicio de entrenamiento personal donde la gran mayoría se realizan en el centro Functional Feel Castellana (zona Bernabéu) y dispone de una plataforma online con su sistema de entrenamiento. Ampliamos toda la información sobre la empresa en (www.dinamiktraining.com).

Cuenta con un equipo de grandes profesionales del sector: 2 entrenadores, un fisioterapeuta, una nutricionista y un *community manager* que trabajan como equipo multidisciplinar para ayudar a sus clientes a conseguir alcanzar sus objetivos.

Todos los servicios de Dinamik Training se encuentran entre los top 10 de la Encuesta Tendencias del Fitness en España 2023, tal y como se puede ver en el Anexo 1, donde se destaca la confianza de los profesionales del sector en la influencia de la situación socio-sanitaria en una mayor demanda de servicios de entrenamiento personal o en pequeños grupos, de actividades al aire libre y de servicios de entrenamiento y *fitness online*, así como en una mayor relevancia del uso de *wearables* y Apps para dispositivos móviles (Veiga et al., 2022).

Por ello creemos que la evolución y el crecimiento que va tener la marca Dinamik Training durante los próximos 2 años, consiguiendo ampliar sus grupos de entrenamiento *outdoor*

hasta en 5 localizaciones (100 personas aprox.), formar un equipo de 4/5 entrenadores con más de 50 clientes de entrenamiento personal activos, la mejora de los programas y servicios *online*, más la creación de formaciones y eventos deportivos culminará con la apertura de un centro propio para albergar a toda la comunidad. Un centro donde poder desarrollar nuestra metodología de trabajo junto con un equipo multidisciplinar de profesionales de la salud.

DINAMIK CENTER va a localizarse en la Comunidad de Madrid (zona Chamartín/ Tetuán) tal y como se aprecia en el Anexo 2, donde ya está trabajando nuestra entidad, potenciando los servicios actuales y desarrollando de manera efectiva entrenamientos personales, clases en grupos reducidos junto con los servicios complementarios de nutrición y fisioterapia. Vamos a crear un centro de acondicionamiento físico referente en nuestra ciudad para ofrecer el producto más holístico e integral posible a sus clientes a través de una metodología propia.

Queremos analizar la importancia de tener un modelo específico de trabajo en nuestro centro deportivo ya que el creciente interés por la actividad física en los últimos años ha hecho que los centros de *fitness* se hayan convertido en un pilar fundamental para la promoción de hábitos de vida saludables (León Quismondo et al., 2020).

Hemos seleccionado la zona de Tetuán/ Chamartín por varios motivos. Uno de los principales es el conocimiento y la reputación del equipo de entrenadores por su trayectoria de trabajo en los últimos años en esta zona y por la cercanía de nuestros clientes actuales de entrenamiento personal que tenemos en el centro Functional Feel Castellana (C/Orense, 25). Otro de los motivos por lo que seleccionamos esta zona es albergar un gran número de personas cualificadas como nuestro *buyer* persona que mostramos en el Anexo 3. Es decir, todos aquellos posibles clientes que tienen unas características similares en la que nos enfocaremos a resolver sus problemas y darles los mejores resultados.

Con la creación del nuevo centro de entrenamiento queremos además dar solución a uno de los problemas actuales más importantes de la sociedad: mejorar la calidad de vida a través de la actividad física personalizada, para mejorar los niveles de salud mental, sedentarismo, patrones de alimentación saludable y conseguir reducir el sobrepeso y prevenir otras enfermedades asociadas a una conducta sedentaria como la hipertensión, diabetes, obesidad, hipercolesterolemia y otros factores de riesgo de sufrir enfermedades cardiovasculares o síndrome metabólico (Ahumada & Toffoletto, 2020).

2.1. MODELO CANVAS

Figura 1: *Modelo Canvas DINAMIK CENTER.*



DINAMIK (SITUACIÓN ACTUAL) VS DINAMIK CENTER



Fuente: Elaboración propia

2.2. IDEA DE NEGOCIO

La idea del proyecto surge desde la necesidad de expansión de la marca Dinamik Training durante los últimos años hacía la creación de un centro de entrenamiento propio. La evolución de la marca desde su creación en el año 2019 donde comenzó como un club de carreras de obstáculos creado por Daniel Blanco hasta la actualidad donde se ha convertido en una marca personal consolidada. Ya son cientos de clientes los que han pasado por sus grupos de entrenamiento *outdoor*, personal u *online*, convierte la creación de un centro deportivo donde poder desarrollar su metodología y dar soporte a todos nuestros clientes, parte esencial del desarrollo natural de la marca para conseguir mayor escalabilidad del proyecto y mayor impacto en sus actuales y futuros clientes que los resumimos en el Anexo 4.

Actualmente (2024) contamos con tres grupos de entrenamiento al aire libre, una plataforma online con nuestra propia metodología creada como sistema de entrenamiento para que la pueda realizar cualquier persona desde cualquier lugar del mundo. Y nuestro servicio de entrenamiento personal que realizamos en su gran mayoría en el gimnasio Functional Feel Castellana. En total tenemos activos más de sesenta clientes.

El equipo de trabajo está compuesto por dos entrenadores, un nutricionista, un fisioterapeuta y un community manager. Tenemos la visión de acabar el año 2024 con cinco grupos de entrenamiento outdoor, sumar al equipo dos entrenadores más con un número de entrenamientos personales entre 10 y 15 personas cada uno, llegando a conseguir una cifra de más de cien clientes formando parte activa de nuestra comunidad, por lo que vemos totalmente factible trasladar estos números a un centro propio.

Queremos ser capaces de crear una experiencia al usuario tan fuerte que sea una dulce transición pasar del gimnasio donde actualmente estamos realizando nuestros entrenamientos personales, al nuevo centro ya que se ubicaría en la misma zona geográfica.

Estratégicamente hemos seleccionado la zona de Tetuán/Chamartín para poder trasladar a nuestros clientes de entrenamiento personal, tener cerca los grupos de entrenamiento funcional al aire libre y conseguir ampliar la capacidad de conseguir una mayor cantidad de clientes de la zona añadiendo las clases de grupos reducidos en el centro.

La apertura del centro es la tercera fase de un proyecto real, estable, maduro y sólido, que nos ofrece la posibilidad de generar un servicio *fitness* 360 de alta calidad, con entrenamientos personales, servicio multidisciplinar de nutrición y fisioterapia. Además de un espacio físico *indoor* para todos los clientes activos actuales en los grupos de entrenamientos al aire libre. El centro contará con varias salas de entrenamiento funcional, una zona exclusiva para entrenamiento personal, sala de fisioterapia, sala de asesoramiento nutricional, vestuarios, espacio de información y administración y zona del socio.

DINAMIK CENTER será la culminación de una unidad de negocio en sí misma, que nos dará la posibilidad de escalar el negocio en otras ubicaciones de la ciudad o en otras ciudades, con 3 fases de implantación:

1ª fase: Entrenamientos en grupos reducidos al aire libre en parques de la ciudad.

2º fase: Entrenamientos personales en zona de influencia y *online* en la app.

3º fase: Apertura del nuevo DINAMIK CENTER.

4º fase: Creación de nuevas bases DINAMIK CENTER

La inversión en DINAMIK CENTER ofrece una seguridad total, solamente se llevará a cabo la apertura del centro si las otras dos fases del negocio alcanzan su punto de madurez y solvencia. Los clientes de las dos fases deben ser la base de ingresos del nuevo centro y marcarán el *break even point* (Gaytán, 2023) haciendo rentable la inversión desde el primer mes de apertura. A continuación, en los siguientes apartados del documento se desarrollarán los detalles útiles que expliquen el modelo de explotación integral.

2.3. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

Nuestro proyecto quiere caminar de manera firme, segura y clara, para ello la definición de la misión, visión y valores de la empresa son un aspecto indispensable para marcar el rumbo empresarial de manera interna, miembros de la propia entidad y de manera externas, clientes y proveedores.

2.3.1. MISIÓN

DINAMIK CENTER ofrece a nuestros socios un espacio donde crear hábitos saludables basados en un entrenamiento físico personalizado, apoyo nutricional y fisioterapia con un acompañamiento en los objetivos personales y asesoramiento técnico individualizado.

Nuestro lema "MÁS FUERTE, ÁGIL Y RESISTENTE" es la base para la mejora de la salud y el rendimiento de nuestros usuarios generando un empoderamiento personal para el aumento de la calidad de vida. Tenemos un firme compromiso con los éxitos de nuestros usuarios, así como de su bienestar general, trabajando de manera continua para crear un impacto positivo en sus vidas y por consiguiente en su entorno social.

2.3.2. VISIÓN

DINAMIK CENTER a corto plazo queremos ser la mejor y más completa opción de entrenamiento de la ciudad de Madrid, con una atención personalizada y con un sistema de entrenamiento y trabajo multidisciplinar poniendo el foco en cada persona de forma individualizada.

La excelencia de nuestros servicios, la combinación de espacios naturales urbanos con los espacios *indoor* de nuestro centro y los altos niveles tecnológicos aplicados en los procesos de servicio al cliente son las herramientas para el desarrollo del negocio y la

implantación a medio y largo plazo en otras ciudades de España, Europa y el mundo. Posicionar la marca con una identidad propia de alta calidad, bien valorada en el sector, con un elevado *engagement* social en las ciudades de implantación.

2.3.3. VALORES:

Los valores de nuestra empresa están descritos en el Anexo 5. Son nuestra seña de identidad, aquellas reglas y normas en las que se basan todos los procesos de la misma. Los valores de la compañía están alineados con algunos de los ODS marcados por la ONU. Individualización, empoderamiento, pasión por el ejercicio físico, excelencia, innovación y creatividad, diversidad e inclusión, responsabilidad social, responsabilidad ambiental, integridad, ética y trabajo en equipo.

2.4. LÍNEAS GENERALES

Actualmente DINAMIK Training cuenta con 3 servicios muy bien diferenciados dentro de su estructura.

- *Outdoor*: grupos reducidos (12/15 personas) de entrenamiento al aire libre en diferentes parques de Madrid con las instalaciones y características adecuadas para la práctica deportiva. Actualmente tenemos tres ubicaciones (parque Norte, Sahagún y Santander) donde realizamos dos entrenamientos a la semana en cada uno de ellos a través de una planificación y metodología propia que nos diferencia de otro tipo de actividades deportivas que se pueden practicar al aire libre como Calistenia o Running. En el año 2023 pasamos de tener solamente una ubicación a tres y durante el 2024/25 queremos ampliar llegando a tener cinco ubicaciones en Madrid.
- *Personal Training*: nuestro servicio de entrenamiento personal lo realizamos a domicilio o exterior pero la gran mayoría de nuestros clientes trabajan con nosotros en el centro Functional Feel Castellana (C/ Orense 25, 28020, Madrid). Es un centro de entrenamiento o boutique de entrenamiento personal en pleno centro financiero (zona AZCA) que nos permite trabajar con nuestros clientes con total libertad y tranquilidad en un espacio reservado y dotado de todo el material necesario. Actualmente tenemos dos entrenadores realizando esta función con unos 15/20 clientes cada uno. Nuestra visión durante el año 2024 es incorporar a uno o dos entrenadores más al equipo para que puedan empezar a desarrollar este servicio en el mismo centro y seguir aumentando el número de clientes en este servicio.
- *Online*: contamos con una plataforma donde hemos desarrollado nuestra metodología y la hemos transformado en un sistema de entrenamiento adaptable a cualquier persona, nivel y ubicación para que pueda entrenar con nosotros. Se trata del programa “*BE DINAMIK*”, el cual se instala a través de la app (www.harbiz.io) en cualquier *smartphone*, tiene varios niveles y una duración aproximada de tres meses por nivel. Con ello hemos conseguido llevar nuestra metodología a cualquier parte del mundo.

DINAMIK CENTER: nuestro centro de entrenamiento contará con el espacio, material y tecnología necesaria para albergar a gran parte de nuestra comunidad ya consolidada durante los últimos años, así como nueva clientela interesada en mejorar su salud y rendimiento a través de nuestra metodología y equipo multidisciplinar. Realizaremos clases de grupos reducidos, entrenamiento personal, servicio de nutrición y fisioterapia, así como formaciones y eventos deportivos para explotar al máximo toda su capacidad. Una vez consolidado el primer centro se espera poder repetir la misma operación en diferentes ubicaciones en Madrid o en otras ciudades de España.

2.5. EMPRENDEDORES

Daniel Blanco es un perfil de emprendedor innovador ya que está constantemente buscando nuevas ideas y formaciones para aplicar en su negocio y aportar soluciones a todos aquellos conflictos que se le plantean en el día a día. Su propósito, más allá de la ganancia financiera, es ayudar a mejorar la vida de las personas a través del entrenamiento enfocado a la salud, mejora del rendimiento y funcionalidad. Algunas de las características o valores que más lo identifican son la adaptabilidad, capacidad de decisión, persistencia y lealtad.

Pablo de la Torre es un emprendedor empedernido que busca la viabilidad de cada proyecto cuidando todos los detalles económicos, organizativos, con una alta optimización de los costes y buscando el mejor servicio calidad-precio. Con alta capacidad en la toma de decisiones y a la vez con un talante participativo de todo el equipo. Confiere a los equipos de trabajo autonomía combinada con una alta exigencia para lograr los objetivos marcados. Personalmente es una persona cercana, comunicativa y con energía positiva.

3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

3.1. ANÁLISIS INTERNO

3.1.1 CADENA DE VALOR

La cadena de valor de DINAMIK CENTER describe todas las actividades y procesos que se realizan en la empresa para entregar un servicio de alto valor a nuestros clientes y generar ingresos.

La adquisición y mantenimiento de instalaciones adecuadas, así como la compra y mantenimiento del equipamiento de ejercicio físico junto con el desarrollo de programas y servicios son los dos grandes pilares donde sustentar el negocio.

Las operaciones y gestiones son el *know how* empresarial y engloba todas las actividades administrativas y de gestión necesarias para mantener el centro en funcionamiento de manera eficiente, como la gestión de personal, la contabilidad, la gestión de inventario, entre otros.

Para poder tener clientes es necesario un plan de marketing y promoción que busque atraer a nuevos clientes y retener a los existentes, con acciones en redes sociales, afiliaciones con empresas, eventos, etc.

La etapa de ventas implica la venta de membresías y paquetes de servicios a los clientes, proporcionar servicios adicionales adaptados a las necesidades individuales de los clientes, así como la gestión de contratos y pagos recurrentes.

Una vez que los clientes se unen a DINAMIK, es crucial brindar un excelente servicio al cliente. Esto incluye atención personalizada, seguimiento de progreso, resolución de problemas y creación de una experiencia positiva en general, para lograr una retención de clientes eficaz, implementando estrategias para retener a los clientes existentes, como programas de fidelización, seguimiento periódico del progreso, encuestas de satisfacción y eventos especiales.

Por último, es necesario y fundamental disponer de un *feedback* en todas las áreas del negocio para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento. Este paso conlleva la revisión de programas de entrenamiento, la actualización de equipamiento, la optimización de procesos, entre otros.

Para poder entender mejor todos los procesos de una manera visual ver el Anexo 6.

3.1.2. PERFIL ESTRATÉGICO

El perfil estratégico de DINAMIK CENTER está compuesto por distintas áreas. Cada una de estas áreas desempeña un papel fundamental en el funcionamiento y éxito del centro deportivo. Las áreas que hemos analizado se muestran en el Anexo 7. Las áreas son la comercial, producción, financiera, recursos humanos y dirección y organización dándonos una posición clara con una escala de valor de muy negativo, negativo, imparcial, positivo y muy positivo.

3.2. ANÁLISIS EXTERNO

En este análisis externo vamos a valorar qué factores o variables se pueden clasificar como factores externos que no están bajo el control de la empresa y que afectan al desarrollo del plan de empresa. Esta herramienta nos servirá de contexto general de nuestro negocio.

3.2.1. PEST

El análisis PEST de DINAMIK CENTER, como se puede apreciar en el Anexo 8, es una herramienta muy importante para identificar los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos de los distritos de la ciudad de Madrid de Tetuán y Chamartín donde ubicamos el centro. El ámbito político y legal en Madrid es complejo y está influenciado por una serie de factores a nivel municipal, regional, nacional e internacional. Para conocer mejor los aspectos legislativos, ayudas a empresas, normativa de contratación y licencias y permisos empresariales ver el Anexo 9.

La ciudad de Madrid es una región con un alto crecimiento económico, según S.G Estadísticas del Ayuntamiento de Madrid, el PIB de Madrid aumentó en 2022 un 6,5%, dos décimas más que un año antes, y siete décimas por encima del conjunto nacional. El crecimiento del PIB para el 2023 se estima, según CEPREDE, en 3,4%, frente a un aumento del 2,5% de la economía española. El periódico ABC indica que la previsión para este año es del 2,9%, y para 2025 del 3,5%. La economía madrileña crecerá un 3% en 2023 y un 1,8% en 2024. El INE nos indica que la tasa de paro se sitúa en el cuarto trimestre en el 9,4% de la población activa, lo que supone 1,5 puntos menos que hace un año. Esta tasa es 2,4 puntos menor que la del conjunto de España (11,8%). Además, el mismo INE nos aporta El IPC la Comunidad Madrid creció un 2,7% interanual enero, una variación es 2,6 puntos inferior al del mismo mes de hace un año. Esta tasa se sitúa 0,7 puntos por debajo de la registrada en el conjunto de España (3,4%) (www.datosmacro.expansion.com). Como aspecto a destacar el indicador de confianza empresarial de la Ciudad Madrid el primer trimestre de 2024 aumentó un 1,7% en comparación con el cuarto trimestre de 2023, mientras que España presentó aumentos del 0,6%.

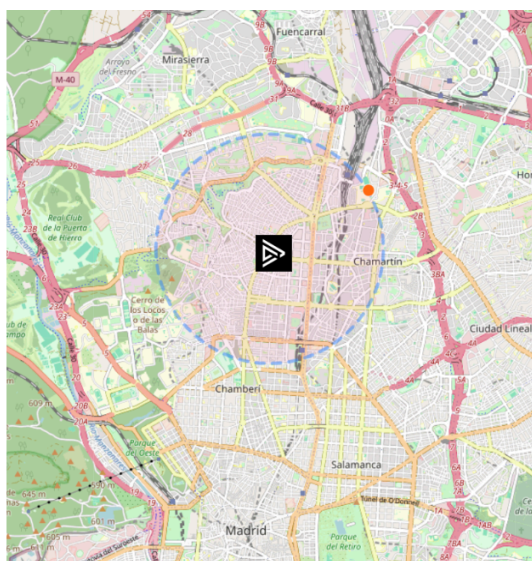
El Ayuntamiento de Madrid publica en su página web (www.madrid.es) de manera anual un estudio de indicadores sobre población, economía, empleo, educación, salud, calidad de vida, política, instalaciones deportivas, zonas verdes, presupuesto, etc. de los distritos y barrios de la ciudad. Los indicadores anteriores los hemos precisado y actualizado de los distritos diana de Tetuán y Chamartín. El Anexo 10 muestra datos poblacionales donde destacan las más de 150.000 personas diana, arroja datos económicos y de empleo, siendo un dato importante la renta media por persona que en el distrito de Tetuán es de 16.336 € anuales y en el de Chamartín asciende a 27.719 € anuales. Además el paro de cada distrito es de 4,6% y 2,7%, respectivamente. En aspectos educativos, los habitantes mayores de 25 años, el 34,5 % de la población de Tetuán y el 53,6 % de Chamartín tienen estudios superiores, licenciatura, arquitectura superior, estudios superiores no universitarios, doctorado o estudios de posgrado, del indicador de salud extraemos un dato del consumo de medicamentos que se sitúa entre el 65% y el 70% de la población. También exponemos datos de la percepción de calidad de vida, nos detenemos en la valoración que la población realiza de las instalaciones deportivas municipales siendo la misma un 6,7 y un 7 sobre 10 según cada distrito respectivamente. La población de ambos distritos es conservadora mayoritariamente tal y como se observa. Los equipamientos deportivos municipales y las zonas verdes, siendo estas últimas de gran importancia para nuestro negocio, donde hay 118,5 hectáreas de zonas verdes y 5 centros deportivos municipales. Por último, los datos relativos al presupuesto anual municipal de todas las áreas y servicios públicos, nos detenemos en el gasto de más de 10.000.000 € en la gestión de instalaciones deportivas y los 627.322 € en el mantenimiento de zonas verdes.

Los factores tecnológicos en la Comunidad de Madrid gozan de muy buena salud con una inversión de 4.536 millones de euros tal y como se indica en el Anexo 11.

3.2.2. TABLA BENCHMARKING

En una ciudad como Madrid, los clientes que acuden al gimnasio no buscan desplazarse grandes distancias para realizar ejercicio. En la Figura 2 hemos marcado la zona de influencia de DINAMIK CENTER (circunferencia de 2 kilómetros, 10-15 minutos caminando).

Figura 2 Zona influencia DINAMIK CENTER.






Fuente: Elaboración propia

Nuestro público objetivo son adultos de mediana edad, entre los 35 y 55 años. Vamos a ubicar dentro de la zona influencia y con este público vamos a analizar los 3 centros de entrenamiento que se representan en la Tabla 1 siguiendo estos criterios:

- Centros de nuestro segmento Boutique-Funcional.
- 3 ubicaciones estratégicas de nuestra zona de influencia de norte a sur: Plaza Castilla, Bernabéu y Nuevos Ministerios.
- Centros con similitudes en tamaño, tipología de servicios, diferentes desarrollos de negocio semejantes a DINAMIK CENTER (www.winfitep.com, www.rebelgym.es, www.functionalfeel.com).

Tabla 1: Tabla competidores representativos

CENTRO			
ZONA	Plaza Castilla	Nuevos Ministerios	Bernabéu
CARACTERÍSTICAS	2 salas Etto funcional 100 m2 5 entrenadores	1 sala fitness 200 m2 1 sala Etto funcional 100 m2 1 sala polivalente 60 m2 8 entrenadores	1 sala de entrenamiento funcional de 250m2 1 sala de clases colectivas 4 entrenadores
SERVICIOS- PRECIO	Clases grupos 65€-125€ -mes E. Personal: 35-45 € sesión E.Parejas: 50-60€ parejas -sesión	Sala Fitness: 48,8 €-mes Clases grupos: 59,4-104,4 €-mes EP: 198-385 € -mes / 35 €-sesión Etto Parejas: 247,5 € -mes Etto Online: 199 €- 9 semanas Nutrición: 55 €-mes	Cuota base 79€/mes E.Personal 4x1 159€/mes E.Personal: 1 sesión 41€ Bono 10 sesiones 390€ Bono 20 sesiones 740€
HORARIO	L-J 7:00-22:00 V 7:00 - 20:00 S 10:00 -14:00	L-V 6:00-23:00 S-D 9:00-14.00	L-V 7:00-22:00 S-D 9:00-14.00
VALOR Reseñas Google	5 (56 reseñas)	4,5 (153 reseñas)	4,5 (59 reseñas)
PROMOCIÓN	1ª sesión gratis	1ª sesión gratis	Historia de su tía, sin terminar, ¿quieres saber más? Cómo lo consiguió Servicios Cómo lo hacemos Precios Entrevista online Ebook

Fuente: Elaboración propia

3.2.3 MODELO DE LAS 5 FUERZAS

La ubicación de DINAMIK CENTER está en el corazón de la zona norte de la ciudad, distritos de Tetuán-Chamartín donde la rivalidad de nuestros competidores actuales es muy alta por la alta cantidad de centros de *fitness* que están operando. En los distritos se encuentran todas las tipologías de centros de entrenamiento, desde cadenas *low cost* a boutiques, pequeños centros de entrenamiento personal, centros de entrenamiento

funcional en grupos reducidos, etc. Al mismo tiempo la entrada de nuevos competidores tiene una mayor dificultad, justificada por el elevado precio medio del metro cuadrado del alquiler de locales, oscilando entre los 18-19 € por metro cuadrado. El distrito está completamente consolidado con una alta variedad de alternativas de ocio innumerables. Centros comerciales, locales de ocio nocturno, el emblemático Santiago Bernabéu, que además de fútbol, este 2024 comenzará a operar todo tipo de eventos, cines, restaurantes y hasta el mítico bingo Canoe hacen que la amenaza de productos sustitutivos sea muy alta.

Estos aspectos del entorno competitivo de DINAMIK CENTER forman parte de la herramienta de análisis llamada Modelo de las 5 Fuerzas de Porter, además, en dicho análisis vamos a incluir una 6ª fuerza que indica la complementariedad de los servicios que ofrecemos. El Anexo 12 nos aporta un análisis completo visual de los aspectos a valorar y nos dan una información muy valiosa sobre el entorno de nuestro centro.

La población de los distritos tiene una renta per cápita alta y la cantidad de empresas de servicios financieros, consultorías, grandes compañías nacionales e internacionales son la combinación perfecta para desarrollar nuestra 3ª fase del proyecto: DINAMIK CENTER. Nuestro target es un cliente con un poder adquisitivo alto que pueda permitirse disfrutar de nuestros servicios personales con ventas cruzadas y con mucha posibilidad de aumentar el ticket medio de cada cliente en un periodo de tiempo corto de tres a seis meses.

El sector del *fitness* es muy maduro, hay mucha competencia, y por ello además de nuestra distinción en productos complementarios, tenemos muy claras las fases de desarrollo e inversión de nuestro plan de negocio. La combinación de servicios de alta calidad y de bajo coste como son los entrenamientos *outdoor* y *online*, complementados y potenciados con un servicio personalizado *indoor* apoyado con la nutrición y fisioterapia hacen que DINAMIK CENTER sea una muy buena inversión.

3.3. DAFO y CAME

3.3.1 DAFO

El análisis DAFO nos permitirá valorar cómo de apto puede resultar la implantación de nuestro nuevo centro de entrenamiento como nuevo servicio de la marca DINAMIK Training. La realización de este documento no permitirá ser consecuentes y poder obtener información para llevar a cabo cambios y mejoras de nuestro servicio en el mercado, representando en profundidad, tanto las fortalezas como debilidades del nuevo centro. Al igual que detalla las oportunidades y amenazas en relación con nuestro proyecto empresarial. Mediante este análisis hemos obtenido las siguientes conclusiones acerca de nuestro servicio.

Como podemos observar en el Anexo 13 la importancia de nuestra propuesta de valor junto con la instalación y el equipo multidisciplinar, combinadas con la oportunidad de aprovechar toda la experiencia y clientela que tenemos en la misma ubicación para trasladarla al nuevo centro debido a su ubicación estratégica en pleno centro financiero y rodeado de nuestros grupos de entrenamiento *outdoor* se convierten en nuestros puntos fuertes. Y como mayores obstáculos destaca la gran competencia que existe en la zona, más de 20 centros de entrenamiento de todas las categorías y la alta inversión inicial debido al precio por metro cuadrado de la zona, reforma del local, licencia, material y todo lo necesario para la apertura del centro.

3.3.2. CAME

A partir del análisis que hemos realizado con la matriz DAFO pasamos a explicar de manera más detallada mediante la matriz CAME que se puede ver en el Anexo 14. Con ello queremos explicar cómo vamos a corregir las debilidades expuestas en el DAFO, como mantener y mejorar las fortalezas, como poder hacer frente a las amenazas y cómo explotar las oportunidades.

DEBILIDADES (corregir): Centro de nueva creación que supone falta de experiencia a la hora de gestionarlo. Ser capaces de realizar un análisis exhaustivo del entorno e investigación del mercado, mantenerse siempre actualizados ante cualquier nueva tendencia del sector y tener la capacidad de tomar buenas decisiones que mantengan al centro como referencia.

Ante la necesidad de un importante capital para la creación del centro debemos tratar de reducir la mayoría de los costes para abaratar en medida de lo posible todo aquello que sí tendremos que hacer frente. Conseguir que los servicios *outdoor* y *online* tengan un gran éxito nos permitirá obtener unos ingresos importantes para poder invertir en el nuevo centro. Existe la dificultad para encontrar aparcamiento en las proximidades del centro (zona de establecimiento regulado). Tenemos que avisar a los socios donde se encuentran las zonas con mayor capacidad de aparcamiento (plazas azules). Además, contamos con varios parkings privados en las proximidades del centro. La ubicación del centro tiene muy buena comunicación con el transporte público (metro línea 1 y 10) y autobuses (líneas 5, 3, 27, C1, C2).

Ante la posibilidad de una gran ocupación en horas pico y poca en horas valle, tenemos que hacer un análisis de la afluencia en la instalación para optimizar los horarios y minimizar el gasto de los suministros. Nuestro centro será un servicio *High Ticket* por lo que el precio medio por persona serán unos 150€/mes ya que ofreceremos la máxima personalización de los servicios a las necesidades de cada persona. Tenemos que enseñar al cliente el gran valor que aportamos a sus vidas para que piensen que es un precio “bajo” para todo lo que le ofrecemos.

AMENAZAS (afrentar): una gran competencia en esta zona, saturada de centros de entrenamiento, gimnasios “*low cost*”, boutiques de entrenamiento personal o de clases colectivas, hacen que tengamos que diferenciarnos por nuestra propuesta de valor en todo momento. Enseñando de manera individualizada a cada cliente como va a ser su proceso de transformación desde que empieza a ser parte de la comunidad DINAMIK y cómo será su seguimiento y acompañamiento en todo el proceso.

Ante la posibilidad de que muchos de nuestros clientes que vienen al centro sea porque trabajan en la zona, y tendrán algunos días de teletrabajo, nosotros les ofrecemos planificar sus entrenamientos de manera personalizada en nuestra app para que puedan realizarlos sin ningún problema desde sus casas o si están en otros centros de entrenamiento.

Los cambios o ciclos económicos y las preferencias de nuestros clientes serán una oportunidad para nosotros para demostrar y dar a conocer los beneficios de nuestra metodología y cambiar esas creencias. También puede surgir la amenaza de perder a miembros del equipo de trabajo, por ello vamos a ofrecerles un desarrollo profesional, fomentando el trabajo multidisciplinar, actualizando sus conocimientos, proporcionando flexibilidad y la participación activa en las decisiones y crecimiento de la empresa.

FORTALEZAS (mantener): nuestra propuesta de valor única en la que ofrecemos al cliente un servicio integral y holístico con todo nuestro equipo de profesionales de manera multidisciplinar y la pertenencia a nuestra comunidad DINAMIK es nuestro valor añadido más importante ya que tendremos que seguir mejorando y evolucionando para que el cliente se lleve la mejor experiencia en el mundo del *fitness* y la salud.

La experiencia, el conocimiento y los buenos resultados conseguirán atraer a nuevos clientes y fidelizar a los actuales. Contaremos con el espacio, material y tecnología necesaria para reforzar esa experiencia del cliente.

La ubicación del centro permite estar en contacto directo con uno de los distritos financieros más importantes de España (Azca).

Nuestros diferentes servicios que llevamos ofreciendo desde hace varios años hace que podamos invertir en nuevas fuentes de ingresos sin tener un riesgo excesivo de pérdida de capital. Queremos seguir ampliando y mejorando nuestros grupos de entrenamiento *outdoor* y servicio *online* que ayudará a sufragar en gran medida la inversión para la creación del nuevo centro.

Todos nuestros clientes tendrán en su móvil una app propia de DINAMIK donde poder gestionar todo lo relacionado con él, desde las reservas de las clases o entrenamiento personal, pagos y facturas, seguimiento y evolución hasta contacto directo con su entrenador, nutricionista o fisioterapeuta y toda la comunidad.

OPORTUNIDADES (explotar): debemos incentivar a nuestros clientes a realizar una importante inversión en su salud (llegar a un público con una renta media/alta que viven o trabajan por la zona), dando a conocer los grandes beneficios de practicar ejercicio físico. Crear una comunidad, organizando actividades sociales y eventos para que todos se sientan partícipes de DINAMIK.

El centro va a estar situado en uno de los distritos financieros más importantes del país, por lo tanto, invitaremos a muchos de sus directivos y CEOs de empresas de alrededor a probar nuestros servicios y explicarles cómo poder introducir en sus empresas el entrenamiento a sus trabajadores, demostrando cómo ello conlleva un menor ausentismo laboral, mayor productividad y mejor ambiente.

Vamos a conseguir que todos nuestros clientes actuales hagan la transición hacia el nuevo centro debido a su cercanía, mejora de las instalaciones y servicios. Además, realizaremos diferentes estrategias de capacitación para que nuestros clientes de entrenamiento *outdoor* y *online* puedan conocer el centro y poder formar parte de él.

3.4. OBJETIVOS

3.4.1. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.

Los objetivos estratégicos de DINAMIK CENTER los hemos planteado en el Anexo 15. Planteamos cuatro etapas que representan el corto, medio y largo plazo, y una 4ª etapa donde escalamos el modelo de negocio.

En una 1ª etapa, a corto plazo vamos a aumentar el número de clientes de nuestros servicios actuales de entrenamiento *outdoor* y personal para el crecimiento del negocio y desarrollaremos operativos con estrategias de marketing, promociones y programas de referencia. A la vez potenciaremos la mejora de la retención de clientes estableciendo un programa de recompensas y servicios personalizados. Por último, expandir la presencia *online* para aumentar el número de seguidores en redes sociales, mejorar el posicionamiento SEO y generar contenido relevante y atractivo para los clientes potenciales harán el aumento en las ventas.

Una vez conseguido un volumen de negocio y una cartera de clientes recurrentes suficiente para poder nutrir y ser la base donde apoyarse inicialmente DINAMIK CENTER, pasamos la 2ª etapa.

A medio plazo, antes de la apertura del centro vamos a crear alianzas estratégicas con empresas de tecnología deportiva y empresas de eventos locales para aumentar la visibilidad y atraer a nuevos clientes al centro en su apertura. Realizaremos una preventa muy potente en el distrito con membresías de servicios *outdoor*, valoraciones personales y material deportivo previo a la apertura del centro.

La 3ª etapa, abrir DINAMIK CENTER con un volumen de clientes inicial que haga que el centro sea rentable desde el primer mes. Ofrecer una amplia gama de servicios y programas puede atraer a una variedad más amplia de clientes y a la vez programas de entrenamiento personalizado, servicios de nutrición o fisioterapia que hagan que el ticket medio aumente. Mejorar la calidad de los servicios llevará al centro a otro nivel, proporcionar una experiencia excepcional al cliente es fundamental para la reputación y el éxito a largo plazo para poder escalar el negocio.

En la 4ª etapa consiste en escalar el modelo en una segunda zona de la ciudad de Madrid. En los parques emblemáticos de Retiro del barrio de Salamanca y del parque del Oeste de Chamberí implementaremos los primeros grupos de entrenamiento *outdoor*.

3.4.2. OBJETIVOS OPERATIVOS.

Los objetivos operativos de DINAMIK CENTER se centrarán en las actividades diarias, procesos internos y estrategias clave que nos permitirán alcanzar nuestras metas más amplias. El Anexo 16 presenta los objetivos operativos más relevantes de cada una de las tres etapas de los objetivos estratégicos del punto anterior.

4. PLAN DE MARKETING

Los consumidores de centros deportivos son cada vez más exigentes en cuanto al lugar donde van a practicar actividad física. No solo buscan un gimnasio convencional, sino esperan que les ofrezcan un valor diferencial por encima del precio que desean pagar. Buscan instalaciones amplias, con una gran variedad de clases colectivas, maquinaria en muy buen estado de conservación, limpieza e higiene, amabilidad y profesionalidad de la persona que tenga delante, así como su proximidad al hogar, horario y días de apertura del centro (León Quismondo et al., 2020).

Contamos con una propuesta de valor muy diferencial, un equipo formado por grandes profesionales y un espacio y maquinaria con la última generación para crear una experiencia para el usuario que lo motive a formar parte de nuestro centro y nuestra comunidad.

Como idea de negocio, se crea un centro deportivo como la tercera fase de ampliación de la marca DINAMIK Training donde se pretende trasladar a todos nuestros clientes actuales de entrenamiento personal, dar a conocer nuestra metodología mediante clases de grupos reducidos y conseguir nuevos clientes atraídos por nuestra propuesta de valor y equipo de trabajo multidisciplinar que engloba entrenamiento, nutrición y fisioterapia según la demanda y necesidades de cada cliente. La ubicación es clave para poder hacer esta transición ya que debe estar en el mismo radio de acción que el actual centro donde se están impartiendo estos entrenamientos personales y grupos de entrenamiento *outdoor*. Además de tener en cuenta que nuestro público objetivo para el centro también se encuentra en el mismo radio de acción (barrio Tetuán/ Chamartín).

En base al análisis competitivo, tenemos una alta competencia al gran número de gimnasios en la zona ya sean *low cost*, boutiques, box de CrossFit pero hemos detectado una ausencia en el tipo de servicio que va a ofrecer nuestro centro, poniendo a disposición de los usuarios el espacio, material y el personal cualificado necesarios para el logro de sus objetivos a través de una metodología propia y un equipo multidisciplinar formados por entrenadores, fisioterapeutas y nutricionistas trabajando al unísono para mejorar la calidad de vida de cada cliente.

Debemos tener en cuenta la representación del *buyer* persona representado en la Figura 3 para comunicar en el plan de marketing los objetivos, necesidades, deseos y frustraciones en nuestras RRSS, además de casos de éxito o testimonios junto con información sobre nuestra metodología, centro y grupos de entrenamiento.

Figura 3: Buyer Persona 1



Fuente: Elaboración propia

4.1. DECISIONES DE PRODUCTO.

DINAMIK CENTER será un centro de entrenamiento de última generación, con maquinaria y tecnología adaptada a la evolución que está teniendo el *fitness* durante estos últimos años (servomotores, plataformas de fuerza, encoder...) así como otro tipo de herramientas menos comunes en centros convencionales como son los *Clubbels* (<https://www.revistagq.com/>) o *RopeFlow* (<https://mundoentrenamiento.com/>). La combinación entre un centro boutique de entrenamiento personal y un *Box* de *CrossFit*

sería la ideal para estar alineados con nuestros valores, comunicación e imagen de marca.

El centro tendrá diferentes áreas: la primera que se encontrarán los clientes será la recepción y zona de socios, es el primer punto de contacto por lo que debe mostrar todas las características que buscan las personas para su nuevo centro de entrenamiento, además de nuestros colores corporativos, eslogan y logo de la empresa. La zona fitness, está dividida en varios espacios abiertos. Una zona donde se realizarán las clases colectivas y open box (horario libre), con un aforo máximo de 56 personas y otra zona exclusiva para realizar entrenamientos personales con un aforo de 8 clientes con sus entrenadores. Son un total de 500 metros cuadrados equipados con máquinas de cardio (cintas de correr “*curve*”, bicicletas, remos, *skierg*, *air bike*, césped artificial para realizar *sprints* o entrenamiento con trineo) zona de peso libre con racks, barras, discos, mancuernas, *kettlebells*, *clubbells*, zona de entrenamiento con peso corporal con barras de dominadas, anillas, paralelas. Una zona de vestuarios, los cuales están equipados con todo lo necesario para el confort de nuestros socios.

Cada zona estará ubicada estratégicamente para que, a la hora de realizar los entrenamientos en grupo se tenga una dinámica activa y no limite a los miembros en horario libre ni a los entrenamientos personales. Nuestros entrenadores serán especialistas formados en TAFAD, CAFYD, Fisioterapia, escogidos personalmente para ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes. Para ello pasan por una fase de formación que empiezan realizando algunos de los entrenamientos con el grupo *outdoor* y después van adquiriendo la experiencia necesaria para empezar con los servicios de entrenamiento personal en el centro.

Todo el centro y actividades realizadas en él estarán diseñadas siempre para ofrecer una experiencia única a cada miembro, teniendo todo lo necesario para conseguir sus objetivos dentro de la misma instalación, buscando una personalización y sentimiento de pertenencia a nuestra comunidad.

El centro ofrece 2 tipos de actividades diferentes: entrenamiento personal y clases en grupos reducidos con un máximo de 12 personas por clase. Hemos seleccionado un máximo de 12 personas en las clases de grupos reducidos para mantener el nivel de personalización y atención necesaria por parte de nuestros entrenadores y por el espacio que tenemos en la zona fitness (350 metros cuadrados) dando un aforo máximo de 56 personas.

El horario se establece en función del análisis de los competidores, siendo de lunes a viernes de 7:00 a 22:00 horas y sábados y domingos el horario de apertura es de 8:00 a

15:00 horas. La parrilla semanal de grupos reducidos de entrenamiento la hemos representado en el Anexo 17.

Nuestras clases se basan en los pilares de la metodología DINAMIK, teniendo como base los movimientos ligados a las funciones motrices básicas del ser humano, gestos que siempre han formado parte de nuestro estilo de vida más básico y funcional, es un sistema eficaz, con el que conseguir mejorar tanto a nivel de salud y rendimiento desde el primer día.

Fuerza: Podríamos definirlo como la belleza y la fortaleza del cuerpo en movimiento. Combinamos los ejercicios con peso corporal y gimnásticos con el trabajo con peso libre y olímpicos.

Running: Si hay una frase que se repite constantemente en estas clases es “no todo es correr”. Realizamos entrenamientos para recuperar o mejorar nuestra capacidad innata de correr. Con estas sesiones trabajamos la técnica, la fuerza, la movilidad para construir un físico preparado para disfrutar al máximo de esta capacidad.

Flow: Un sistema que combina lo mejor de las artes marciales, animal training, yoga o pilates. Una disciplina única, que te hace mejorar en el resto de tus entrenamientos o deportes que practiques, creando una estructura capaz de todo. Es el arte del movimiento humano.

Total DK: La clase donde integramos todas nuestras disciplinas o pilares del método Dinamik. Consiguiendo una condición física completa, integral y polivalente. Te enseñamos a moverte más y mejor.

4.2 DECISIONES DE PRECIO

El público objetivo al que nos dirigimos son hombres y mujeres de entre 34 y 55 años que viven o trabajan en el barrio de Tetuán o Chamartín, con una renta anual media/alta y preocupados e interesados por mejorar su salud, rendimiento físico, recuperación de lesiones o molestias que les guste entrenar y busquen un centro donde poder realizar lo que cada uno necesita de la manera más efectiva y eficiente posible.

La zona donde se encuentra ubicado el centro es una zona con una renta media de 36.045€ (distrito Chamartín) y sobre todo es uno de los centros financieros más importantes de España (AZCA) tiene multitud de empresas con las que poder llegar a diferentes acuerdos y captar sus trabajadores.

También nos encontramos en una zona con muchos competidores y con una gran variedad de precios. Por ello hemos decidido que no vamos a competir por precio con todos estos centros y si enfocarnos en el valor diferencial que ofrecemos, nuestra propuesta de valor única, la calidad de nuestros servicios e instalaciones y la gran comunidad que hemos creado para hacer de nuestro centro el más importante de la zona.




Hemos detectado una deficiencia contra la que creemos que vamos a poder diferenciarnos y captar más clientes, y es la necesidad del usuario de encontrarse con un servicio más exclusivo, centrado en sus necesidades y adaptado a sus circunstancias en cada momento, evitar la masificación del espacio, y que cada persona se sienta atendido, guiado y motivado por nuestro equipo de profesionales.

Existirán tres tipos de tarifas de socios que se representan en la Figura 4. Las tarifas mensuales incluyen entrenamientos personales, nutrición, acceso a *open box*, planificaciones de entrenamiento, seguimiento y evaluación de los resultados.

Figura 4: Tarifas socios DINAMIK CENTER

DINAMIK

TARIFAS
Entrenamiento Personal

	 BASIC	 STARTER	 NEXT LEVEL
Entrenamiento personal	1/mes	4/mes	8/mes
Planificación Individualizada	SI	SI	SI
Nutrición	ASESORÍA	ASESORÍA + DIETA	ASESORÍA + DIETA
Accesos al centro (Open Box)		4/mes	ILIMITADO
PRECIOS	95€/mes	195€/mes	295€/mes

Fuente: Elaboración propia

En DINAMIK CENTER, además de las 3 tarifas mensuales para socios, en la Figura 5 representamos el resto de los servicios de entrenamientos en grupos reducidos, nutrición, fisioterapia, y formaciones para profesionales y para el público en general.

Figura 5: Tarifas servicios DINAMIK CENTER

01	ENTRENAMIENTOS GRUPOS REDUCIDOS	<ul style="list-style-type: none"> • 8 sesiones mensuales: 75 €- mes • Sesiones limitadas mensuales: 120 €- mes • Bonos 12 sesiones por 120 € (válido 3 meses). • 1 sesión: 15 €
02	NUTRICIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Valoración • Plan nutricional personalizado. • 1ª sesión • 100 €
03	FISIOTERAPIA	<ul style="list-style-type: none"> • Valoración • 1ª sesión • 50 €
04	FORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Certificaciones 100- 120 horas: 350 € • Workshop: 2-3 horas: 75 €

Fuente: Elaboración propia

Dentro de nuestras tarifas existe la posibilidad de combinar los servicios de entrenamiento personal y clases en grupos reducidos. Teniendo un descuento en la cuota mensual de las clases de entrenamiento en grupos reducidos de un 40%.

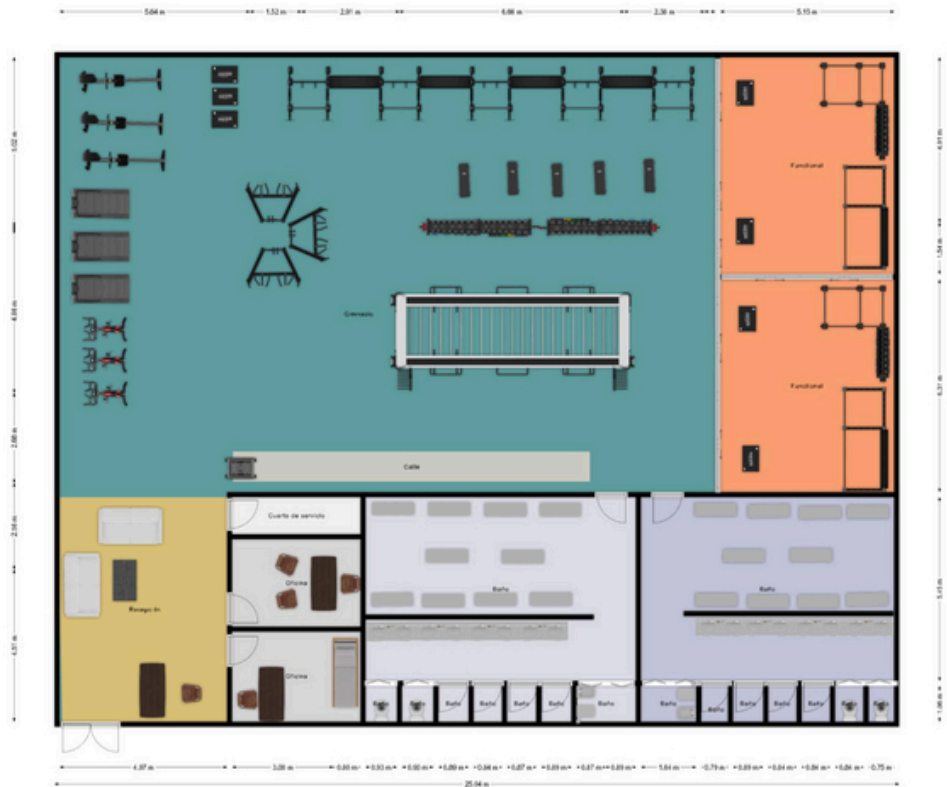
4.3 DECISIONES DE DISTRIBUCIÓN

Siendo un centro deportivo, nuestra distribución será en nuestra instalación, a excepción de nuestros grupos de entrenamiento *outdoor* que se realizan en las diferentes localizaciones y el programa *online* que se realiza a través de nuestra *app*.

El local se encuentra en la calle San Germán 11 distrito Cuatro Caminos, Madrid. Una ubicación estratégica entre la zona de Avenida Brasil y AZCA, muy cerca del centro donde actualmente estamos realizando los entrenamientos personales. Y a pocos metros del Paseo de la Castellana, Plaza Castilla, Calle Orense o Calle del Poeta Joan Maragall, zonas de mucha afluencia y tránsito de personas. A 800 metros del Estadio Santiago Bernabéu y su nueva zona comercial. Está rodeado de medios de transporte como son el metro línea 1 y 10 y autobuses líneas 3, 5 y 126.

El plano del centro lo representamos con la Figura 6. El local tiene un total de 500 metros cuadrados distribuidos en 350 metros cuadrados para la sala de entrenamiento, 105 metros cuadrados para los vestuarios, 10 metros cuadrados para la oficina de nutrición, 10 metros cuadrados para la oficina de fisioterapia, 5 metros cuadrados almacén y 25 metros cuadrados dedicados al hall de atención al cliente y espacio socio.

Figura 6: *Plano DINAMIK CENTER.*



Fuente: Elaboración propia

4.4 DECISIONES DE COMUNICACIÓN

Nuestros principales canales de comunicación serán las RRSS a través de *Instagram* y *Youtube* ya que son los canales que más consume nuestro *buyer* persona. Actualmente ya estamos trabajando en estos canales y contamos con un perfil en *Instagram* con más de 3.000 seguidores y un canal en *Youtube* con 125 suscriptores. Además de nuestra página web donde tenemos toda la información sobre nuestra metodología, servicios, blog, ubicaciones y horarios.

Otra parte importante de nuestra comunicación se realizará a través de la app (*Harbiz*) donde nuestros clientes tendrán sus datos, objetivos, seguimiento, planificaciones, pagos y reservas de los entrenamientos.

Contamos actualmente con un plan trimestral de marketing enfocado al trabajo que tenemos que realizar en RRSS (sobre todo *Instagram*) y con una persona que nos ayuda a grabar, editar y generar el contenido necesario. Una vez que tengamos confirmado la creación del centro se creará un cronograma semanal de publicaciones atendiendo a los mejores días y horas para publicar el contenido, invertiremos en publicidad de pago segmentada y tendremos enlaces dentro de nuestro perfil para acceder a dejarnos sus

datos y obtener así un precio especial por ser los primeros socios del centro o algún programa o bonus especial.

El tipo de contenido tiene que ser muy enfocado a los problemas, frustraciones, deseos u objetivos que tiene nuestro *buyer* persona en conjunto a la evolución que va teniendo la marca Dinamik Training y la creación del nuevo centro.

5. PLAN DE OPERACIONES/GESTIÓN

En este apartado explicaremos más en detalle las instalaciones, circulaciones y accesos, los proveedores de maquinaria que necesitamos, procesos de la empresa, daremos ejemplos de los detalles visuales y el ambiente que queremos crear.

5.1 DESCRIPCIÓN DE LUGAR FÍSICO

Como hemos mencionado a lo largo del trabajo, nuestro local se encuentra en el municipio de Madrid (distrito Tetuán). Tratándose de un centro de entrenamiento personal, disponemos de una instalación deportiva más pequeña 500 metros cuadrados que los gimnasios de fitness convencional tipo *low cost* que tenemos alrededor, ya que está diseñada para poder brindar a nuestros clientes una mayor personalización y tratar de conseguir alcanzar los objetivos y mejorar el rendimiento de cada uno de ellos.

- **Distribución de espacios deportivos.**

Dentro de nuestra instalación, la sala fitness es uno de los elementos principales a destacar, tendrá 350 metros cuadrados y estará dividida en dos zonas, una zona modular de 70 metros cuadrados destinada para las clases entrenamiento personal, que a su vez se puede subdividir en dos salas de 35 metros para hacerlo más exclusivo.

La sala funcional dispondrá de 280 metros cuadrados en su versión más reducida llegando a los 350 metros cuadrados totales con todos los módulos abiertos donde hay zona de fuerza combinada con un espacio de cardio. Estas zonas estarán equipadas con material nuevo y específico para la práctica deportiva de los entrenamientos en grupos reducidos y el servicio *Open Box* para clientes con acceso al centro. Con estas dimensiones el aforo máximo de la instalación es de 64 usuarios.

- **Distribución de espacios complementarios.**

Tenemos dos salas más pequeñas, donde se realizarán los trabajos de nutrición y fisioterapia, cada sala es de 10 metros cuadrados y contará con todo lo necesario para que nuestros profesionales puedan trabajar en las mejores condiciones.

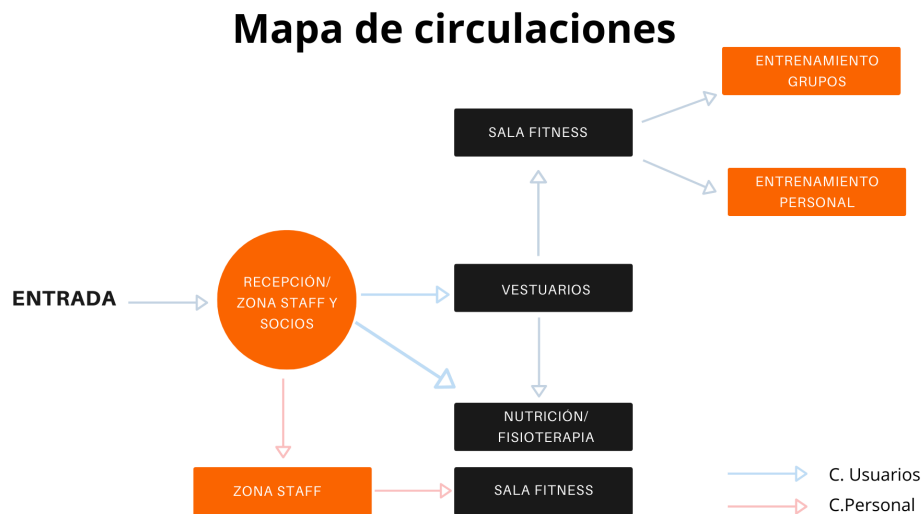
- **Espacios auxiliares.**

El centro tiene una zona de almacén y una zona del socio para poder mejorar las relaciones y la comunidad. Además, contaremos con vestuarios, uno para hombres y otro para mujeres de 50 metros cuadrados cada uno de ellos.

● **Circulaciones.**

En cuanto a las circulaciones, la Figura 7 representa los flujos de cliente. Dado que no disponemos de unos espacios deportivos muy diferenciados, si no que todo va complementando en un mismo sistema de trabajo, podemos observar cómo nada más entrar se encuentra la zona del socio (un espacio para relajarse y conectar con la comunidad), después pasarían a la zona de vestuarios que se encontraría en la segunda planta y a continuación bajarán a la sala fitness para realizar o los entrenamientos en grupos reducidos o entrenamiento personal.

Figura 7: Mapa de circulaciones



Fuente: Elaboración propia

● **Características técnicas.**

En este apartado describiremos los materiales y equipamientos necesarios para el desarrollo del negocio.

- Peso libre: racks, barras, discos, mancuernas, kettlebells, clubbells
- Peso corporal: bandas de resistencia, paralelas, combas, pelotas de tenis, fitball, esterillas
- Máquinas de fitness: *Air bike*, *Skyerg*, *Curve*, bicicleta estática, remo ergómetro
- Tecnología fitness: *encoder*, plataforma de fuerzas, *Nexa*.
- Zona clientes: sofás, maquina café, mesa.
- Zona recepción: mobiliario oficina, ordenadores, datáfono, teléfono fijo (empresa)
- Vestuarios: taquillas, duchas, lavamanos y retretes, material de baño (jabón, papel higiénico, secador)

Nuestros proveedores iniciales y/o habituales, vamos a destacar la relación con la empresa *Stride Europe* (www.strideeurope.com), que ha diseñado y adaptado todos los

materiales al espacio del nuevo local, proporcionándoles todo el equipamiento citado anteriormente.

5.2. PROCESOS

Los procesos llevados a cabo en DINAMIK CENTER los hemos estructurado en tres tipologías que hemos plasmado en la Figura 8.

Los **procesos estratégicos** están diseñados para establecer y lograr los objetivos a largo plazo y tomar las mejores decisiones estratégicas, siendo esencial el desarrollo de la Visión y Misión de DINAMIK CENTER. Analizar el mercado y la competencia es muy importante para conocer las necesidades de los clientes y tendencias del sector. Desarrollar estrategias de marketing y promoción para crecer en el número de clientes y aumentar la cuenta de resultados. La diversificación de servicios es una estrategia de adaptación a los cambios y necesidades de los clientes y junto con el desarrollo de alianzas hacen que nuestros servicios sean mucho más atractivos, mejorando la experiencia del cliente. La gestión del talento dentro de DINAMIK CENTER con un programa de formación propio garantizará una alta calidad del servicio. Buscaremos constantemente oportunidades para innovar y adoptar tecnologías que mejoren la eficiencia operativa, la experiencia del cliente y la gestión de datos. Implementaremos sistemas de seguimiento y evaluación para medir todos los aspectos relevantes del negocio y del desempeño del gimnasio en relación con sus objetivos estratégicos.

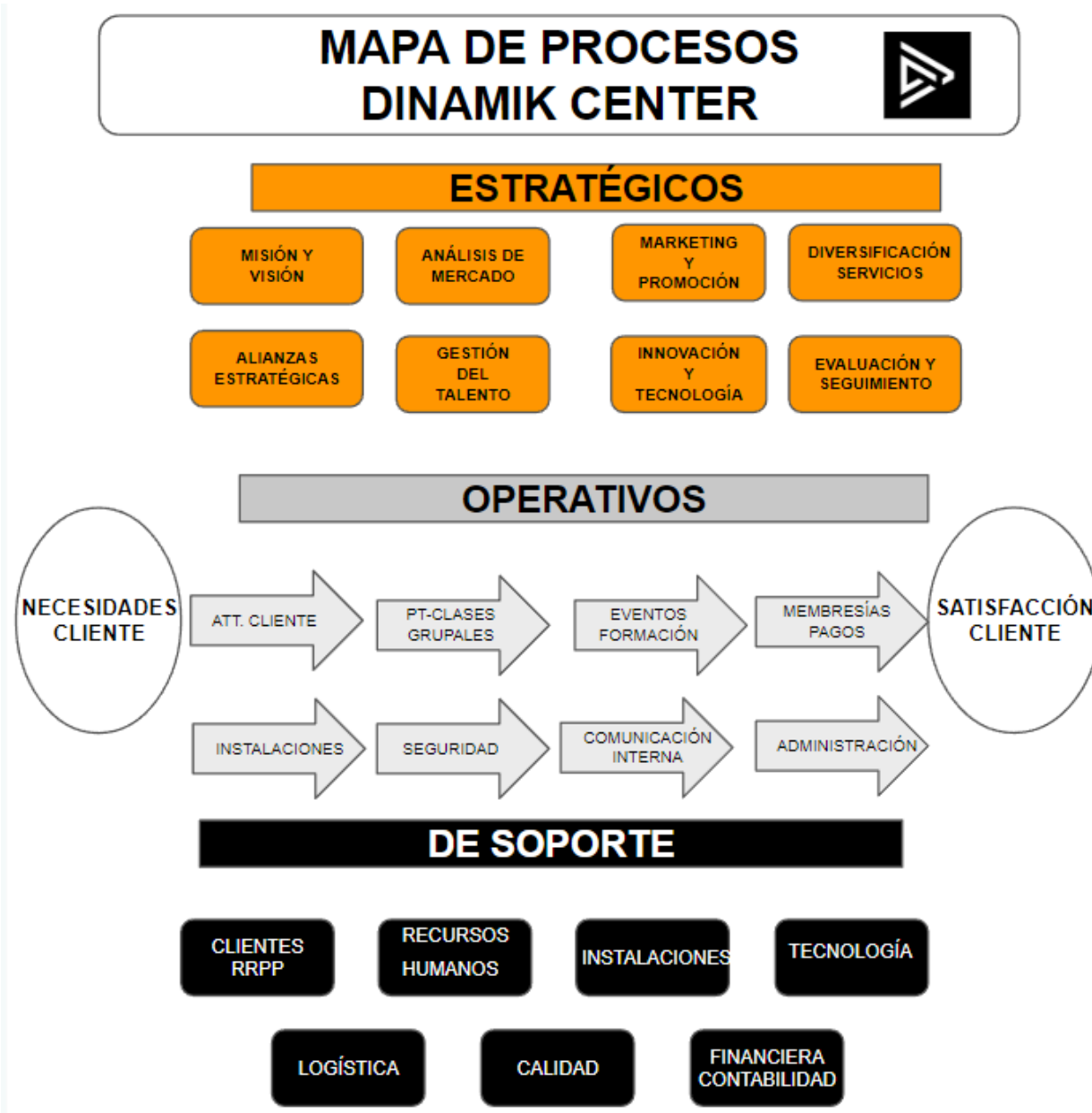
Los **procesos operativos** están relacionados directamente con el servicio que ofrecemos en DINAMIK CENTER. La atención al cliente con tareas como la gestión de quejas, comunicación, consultas y reservas son junto con la coordinación de los entrenamientos personales y clases de grupos reducidos son el motor de nuestro proyecto, sin olvidar la coordinación de los servicios de nutrición y fisioterapia. La organización de eventos promocionales y la planificación de formaciones requiere una coordinación con proveedores para su desarrollo. Otros dos procesos de vital importancia y que no tienen visibilidad es la gestión de instalaciones y equipos, mantenimiento y limpieza de las instalaciones, programa de mantenimiento preventivo y reparaciones, inventario y suministros y la seguridad y emergencias con implementación de protocolos de seguridad y que hacen que el centro pueda abrir sus puertas con la calidad necesaria. El proceso de gestión de membresías y pagos requiere de una especial atención, con tareas como altas, bajas y renovaciones de socios, venta de servicios adicionales y seguimiento de pagos eficiente. El proceso administrativo y financiero con una contabilidad, facturación, pagos a proveedores y nómina del personal eficiente. Todos estos procesos requieren de una comunicación interna basada en la tecnología y reuniones de equipo donde la información relevante penetre en toda la organización.

Los **procesos de soporte** sirven de apoyo y posibilitan que los procesos operativos se desarrollen en DINAMIK CENTER. Seguidamente enumeramos la gestión de los procesos de apoyo:

Recursos humanos, tecnología, instalaciones y equipamiento, logística, financiera y contabilidad, clientes y relaciones públicas, calidad y mejora continua.

5.2.1 MAPA DE PROCESOS.

Figura 8: *Procesos DINAMIK CENTER.*

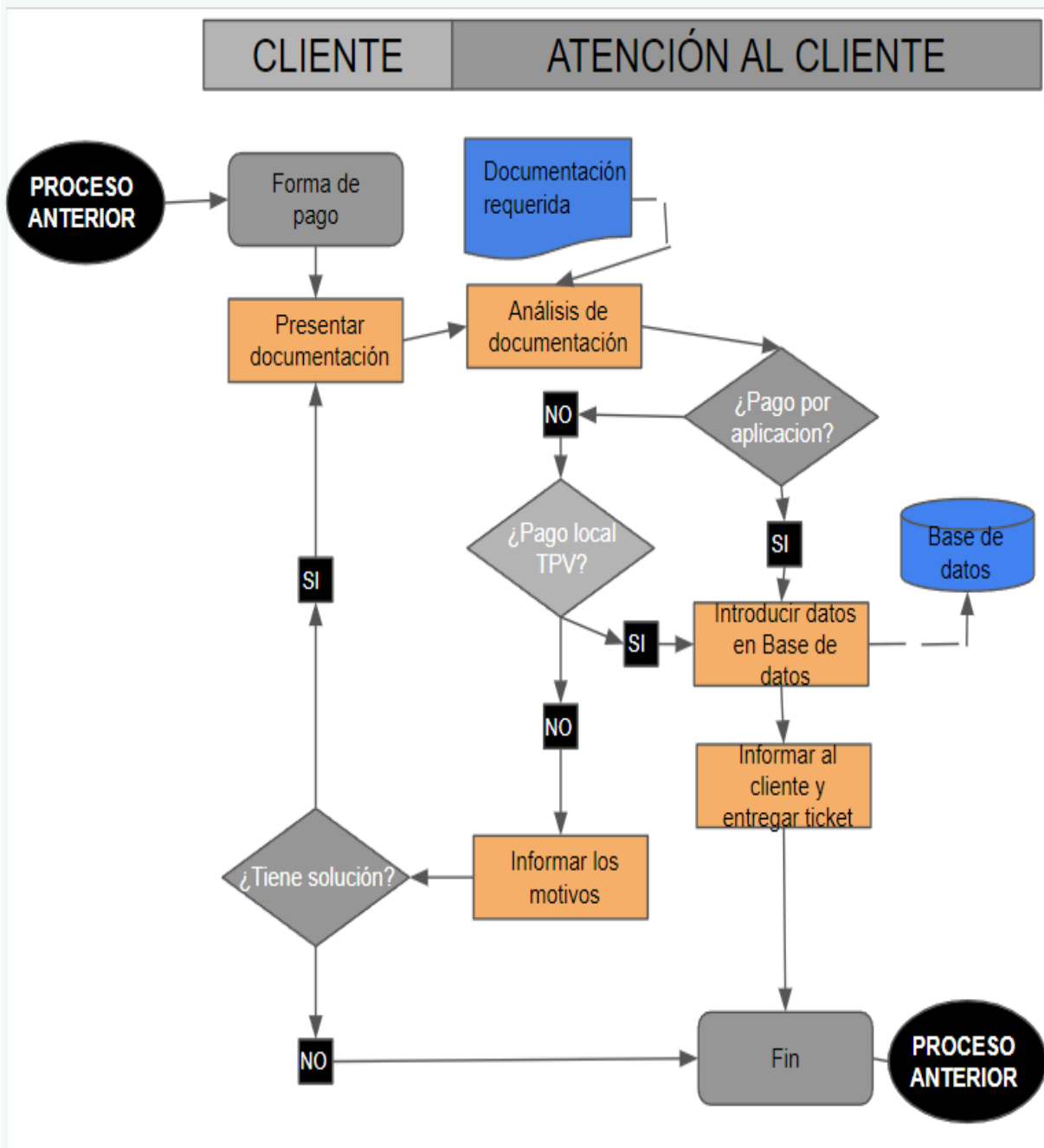


Fuente: Elaboración propia

5.2.2 DOCUMENTACIÓN DE PROCESOS

En la Figura 9 se reflejan las acciones que realiza el cliente y el departamento de atención al cliente en el proceso del pago de un servicio.

Figura 9: Diagrama de flujo Pago Clientes



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 10 hemos reflejado toda la información que expresa el diagrama de flujos y las características, recursos, entes implicados para que poder llevar a cabo dicho proceso de pago.

Figura 10: Ficha del proceso Pago Cliente

Nombre del proceso: Pago clientes	
Input	Responsable del proceso
Realización forma de pago	Atención al cliente
Output	Clientes del proceso
Forma de pago definida	Usuarios
Herramientas necesarias	Pasarela de pago Aplicación informática servicios TPV y conexión a internet. Medios humanos
Indicadores	N° pagos aplicación N° pago por TPV
Información a tener en cuenta	Documentación necesaria

Fuente: Elaboración propia.

6. PLAN RECURSOS HUMANOS

6.1 ORGANIGRAMA

El organigrama de DINAMIK CENTER se queda representado en la Figura 11, la cual nos ofrece una organización clara, interrelacionada y con figuras muy importantes para la empresa.

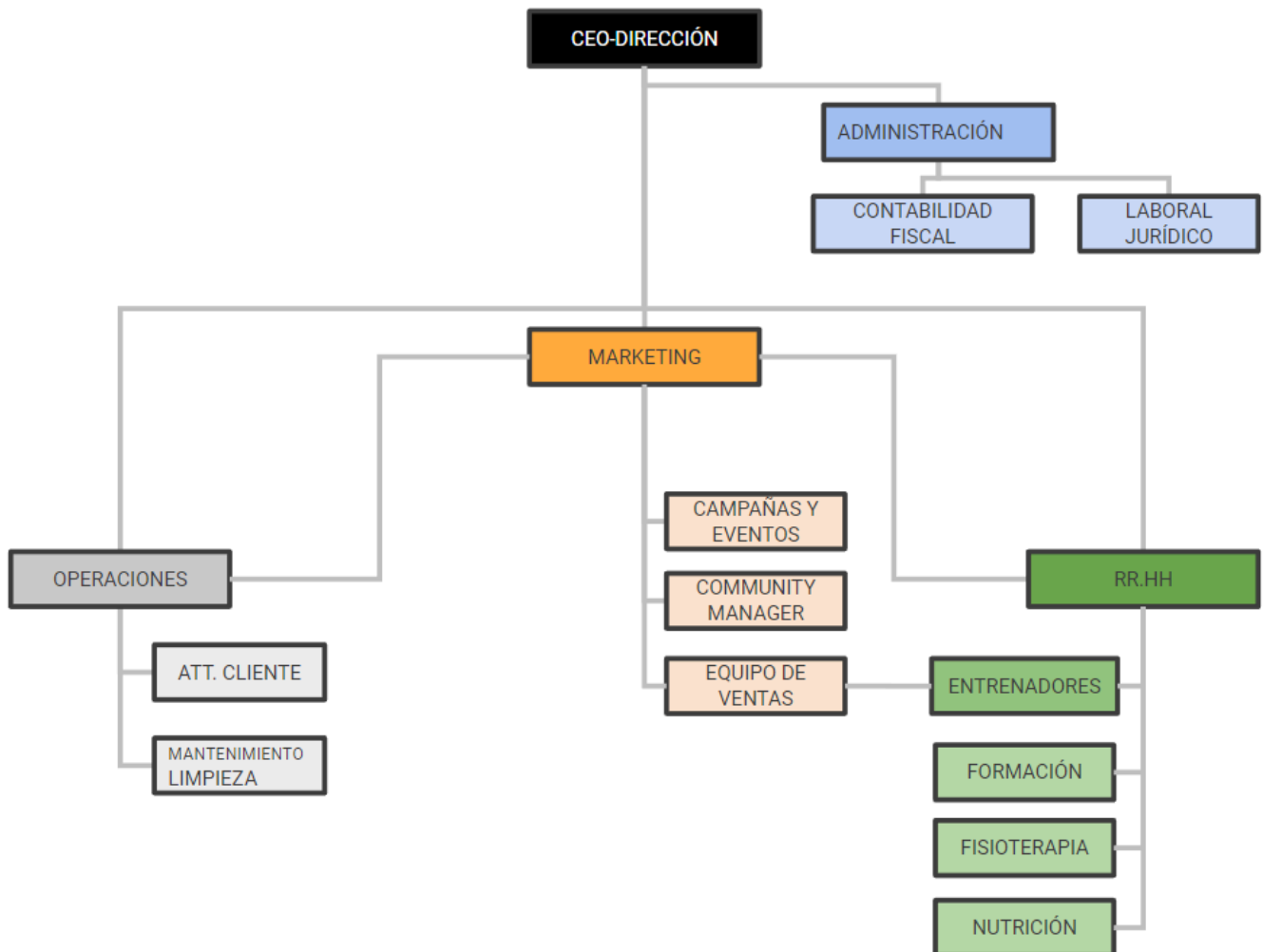
La supervisión de todas las operaciones del centro, la toma de decisiones y el establecimiento de objetivos y estrategias corresponde a CEO-Dirección, siempre bajo el apoyo externo de un departamento administrativo que confiere las áreas laborales, fiscales, contables y jurídicas de la empresa.

El área de marketing está alineada con la dirección de la empresa y está compuesta por el departamento de campañas y eventos, *community manager* encargado de posicionamiento web, redes sociales y la comunicación digital y por un equipo de ventas formado por cada uno de los entrenadores del centro.

El área de RR.HH está formada principalmente por los entrenadores freelance alineados con la cultura DINAMIK, que tengan capacidad de captación de clientes y venta de servicios, así como una alta potencialidad en los PT y clases reducidas. Además, estos entrenadores desde el departamento de formación recibirán formaciones de las últimas tendencias fitness, servicios propios DINAMIK. El departamento de nutrición y fisioterapia son esenciales para ofrecer un servicio Premium, formado también por personal Freelance.

Por último, con una importancia vital, el área de operaciones donde mantenimiento, limpieza y la atención al cliente, son departamentos básicos en DINAMIK CENTER.

Figura 11: Organigrama DINAMIK CENTER



Fuente: Elaboración propia.

6.2 PERFILES DE PUESTOS DE TRABAJO

Para desarrollar los perfiles de los puestos de trabajo hemos optado por aportar tres fichas de los puestos de trabajo más significativos de cada una de las áreas.

Del área de recursos humanos hemos elaborado la ficha del puesto de Entrenador detallado en el Anexo 18, donde destacamos una diferenciación revolucionaria en sus funciones como es promocionar la marca DINAMIK CENTER asociada a su marca personal.

El área de marketing tiene la figura clave de *Community Manager* que describimos en el Anexo 19, donde confluyen el resto de las áreas y la dirección de la empresa. Para apoyar esta figura, hemos creado unos procedimientos donde los entrenadores, fisioterapeutas y nutricionistas también realizan contenidos en redes sociales de su marca personal asociada a DINAMIK CENTER.

La tercera área es el de operaciones y el puesto estratégico es el de Atención al Cliente la describimos en el Anexo 20.

6.3 SELECCIÓN Y FORMACIÓN

6.3.1 SELECCIÓN

DINAMIK CENTER utilizará para la búsqueda y selección de personas que formen parte de la familia y filosofía DINAMIK en los diferentes departamentos herramientas tecnológicas, utilizando las siguientes páginas y buscadores web:

- Página generalista de búsqueda de empleo (www.infojobs.net)
- Páginas de entidades de profesionales del deporte y ejercicio físico (www.coplefmadrid.com) y (www.consejo-colef.es)
- Red social profesional (www.linkedin.com)
- Red social profesional especializada en el sector deportivo (www.impulsyn.com)

En esta selección será imprescindible que el candidato conecte con DINAMIK y viceversa. Los valores, la energía, la metodología, las herramientas de entrenamiento, la atención personalizada y centrada en el cliente, pues no será un mero trabajador, sino que será un colaborador DINAMIK CENTER.

6.3.2 FORMACIÓN.

La formación es un pilar fundamental para que la filosofía de trabajo DINAMIK sea aplicada por todos los entrenadores colaboradores, generando una comunidad alineada y enamorada de la marca DINAMIK. Para ello utilizaremos dos tipologías de formación que exponemos en la Tabla 2.

Tabla 2: Formaciones DINAMIK

FORMACIONES	Certificaciones	Workshop
CLIENTES	Profesionales colaboradores	Profesionales colaboradores Público general
DURACIÓN	1-3 meses	1 jornada
CARGA LECTIVA	100-120 horas	2-3 horas
METODOLOGÍA	Contenidos online - Clases presenciales	Clase presencial
TIPOS	Entrenador personal DINAMIK Monitor grupos DINAMIK.	Ropeflow (www.mundoentrenamiento.com) Clubbells (www.revistagg.com)
PRECIO	350 €	75-100 €

Fuente: Elaboración propia.

6.4 CONTRATACIÓN-POLÍTICA SALARIAL

Nuestro personal asalariado está bajo el V Convenio colectivo estatal de instalaciones deportivas y gimnasios, del 16 de enero de 2024 (www.boe.es).

Nuestros trabajadores tendrán un contrato fijo tiempo completo modelo 100 o contrato fijo tiempo parcial modelo 200.

La transparencia, la información y la formación con nuestros trabajadores en referente a material laboral será una herramienta que crea confianza y empatía. En la Figura 12 se exponen las cuantías económicas de cada grupo profesional y conceptos.

Figura 12: Tablas salariales 2024

Tablas salariales 2024

Grupo profesional	Nivel	Artículo 35 salario base			Artículo 36 1,5 SH	Artículo 36 1,75* SH	Artículo 40	Artículo 37 15% SH	Artículo 13 15% SB
		Salario base anual - Euros	Salario base mensual 14 pagas - Euros	Salario base hora - Euros/hora	Hora extra no festiva - Euros/hora	Hora extra festiva - Euros/hora	Plus transporte - Euros	Plus hora nocturna - Euros/hora	Complemento movilidad 14 pagas - Euros
Grupo 1.	-	19.336,97	1.381,21	11,04	16,56	19,31	2,9	1,66	207,18
Grupo 2.	1	17.725,55	1.266,11	10,12	15,18	17,71	2,9	1,52	189,92
	2	17.173,07	1.226,65	9,80	14,70	17,15	2,9	1,47	184,00
Grupo 3.	1	16.424,86	1.173,20	9,37	14,06	16,41	2,9	1,41	175,98
	2	16.039,30	1.145,66	9,15	13,73	16,02	2,9	1,37	171,85
Grupo 4.	1	15.653,74	1.118,12	8,93	13,40	15,64	2,9	1,34	167,72
	2	15.499,51	1.107,11	8,85	13,27	15,48	2,9	1,33	166,07
Grupo 5.	-	15.453,00	1.103,79	8,82	13,23	15,44	2,9	1,32	165,57

Fuente: https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2024-1506.

La estructura propia de DINAMIK CENTER es altamente cualificada, muy especializada y con una experiencia previa en la gestión de proyectos. Los puestos de trabajo que componen esta estructura son: Dirección como grupo 1 de la tabla salarial y en el departamento de Marketing, *Community Manager* enmarcado en el grupo 2 nivel 2.

La política salarial de DINAMIK CENTER pretende atraer y retener talento manteniendo la competitividad en el mercado, cumplimos con los siguientes principios salariales: Equidad interna y mejora externa, transparencia y comunicación, reconocimiento del desempeño vinculando el rendimiento y los resultados a bonificaciones, salario variable. Apostar de manera contundente por un salario emocional adaptado a las necesidades de cada persona trabajadora

6.5 PROCESOS EXTERNALIZADOS EMPRESA

El modelo de negocio de DINAMIK CENTER busca ser muy competitivo en el sector, tener agilidad para situaciones cambiantes y adaptabilidad al mercado, para ello, basa sus servicios en la colaboración y contratación mercantil de servicios con personas físicas y sociedades mercantiles.

- El área administrativa en todos sus departamentos de laboral, fiscal, contable y jurídico está externaliza en una sociedad mercantil especializada y reconocida por el Colegio Oficial de Gestores Administrativos de Madrid
- El departamento de limpieza y mantenimiento lo tenemos externalizado con una sociedad mercantil especializada en estos servicios, asegurándonos unos costes fijos mensuales y un servicio excelente y profesional
- El departamento de entrenadores estará formado por personas físicas asociadas bajo un contrato mercantil a la marca DINAMIK CENTER, con una prestación de servicios con una retribución fija por la impartición de clases colectivas de 20 € por sesión y contenidos promocionales en redes sociales por valor de 100 €-mensuales. La retribución variable está fijada en los siguientes términos:
 - Los entrenamientos personales derivados de los socios *basic*, *starter* y *next level* serán retribuidos con un escalado 15 €, 20 € o 25 € por entrenamiento personal.
 - En los entrenamientos personales puntuales la tarifa será repartida con un porcentaje del 70% - 30%, entrenador-DINAMIK CENTER. Por ejemplo, en un entrenamiento personal con un precio de 50 €, 35 € son para el entrenador personal y 15 € para DINAMIK CENTER.
- El departamento de nutrición también será externalizado con figuras jurídicas autónomas. Su facturación será variable comisionando por cada servicio de la siguiente forma:
 - Las asesorías de nutrición, dietas y seguimientos derivadas de los socios *basic*, *starter* y *next level* serán retribuidas con 25 € cada una de ellas. Por

ejemplo, el servicio de nutrición de un socio *starter* se compone de asesoría nutricional y dieta, siendo el importe de facturación de 50 €.

- En los servicios de nutrición puntuales la tarifa será repartida con un porcentaje del 70% - 30%, nutricionista-DINAMIK CENTER.

- El departamento de fisioterapia igualmente será externalizado con figuras jurídicas autónomas. Su facturación será variable comisionando por cada servicio el 70% del precio de venta por parte de los colaboradores y el 30% por parte de DINAMIK CENTER.

7. PLAN JURÍDICO

7.1 TIPO DE SOCIEDAD

La forma jurídica seleccionada para desarrollar DINAMIK CENTER es la SOCIEDAD LIMITADA. Además de poder dar cabida a socios de una manera muy flexible, capitalistas o trabajadores, tener responsabilidad jurídica propia la responsabilidad frente a terceros queda limitada.

Sociedad en la que el capital social, que estará dividido en participaciones sociales, indivisibles y acumulables, estará integrado por las aportaciones de todos los socios, quienes no responderán personalmente de las deudas sociales. La Tabla 3 representa las características más interesantes de una sociedad limitada.

Tabla 3: *Características Sociedad Limitada*

NÚMERO DE SOCIOS	RESPONSABILIDAD	CAPITAL SOCIAL	FISCALIDAD	TIPOS DE SOCIOS
Mínimo 1 Máximo ilimitados	Limitada al capital aportado	Mínimo 1 €	Impuestos de sociedades	Trabajadores Capitalistas

Fuente: Elaboración propia basada en <https://plataformapyme.es/>

7.2 REQUISITOS LEGALES

Los requisitos legales para constituir DINAMIK CENTER S.L. y su puesta en marcha los exponemos en el Anexo 21. Los requisitos que hay que cumplir son muchos y complejos, por lo que nos apoyaremos en los servicios de asesoría mercantil de una empresa especializada para poder realizar los trámites de registro del nombre, capital social en el registro mercantil, estatutos, administradores, escrituras, notaría, CIF y otros trámites como licencias de actividad.

8. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO Y VIABILIDAD

En este punto de proyecto hemos desarrollado el plan financiero de la empresa para comprobar su viabilidad. Los datos que aportamos son: la inversión inicial, la financiación, el balance de la situación, ingresos y gastos del año uno, cuenta de resultados a cinco años, escenario optimista y pesimista, ratios financieros de interés, y valoración del proyecto.

8.1. INVERSIÓN INICIAL Y FINANCIACIÓN.

Para calcular la inversión inicial requerida para abrir DINAMIK CENTER hemos tenido en cuenta factores como la localización de local y el precio metro cuadrado medio de la zona, el acondicionamiento del local, el mobiliario y la compra equipos informáticos y programa de gestión tal y como se representa en la Tabla 4.

Tabla 4: *Inversiones DINAMIK CENTER*

INVERSIONES	Valor	Vida útil	Amortización
Obra-Reforma	15.000 €	25	600 €
Equipos entrenamiento	35.000 €	10	3.500 €
Mobiliario vestuarios	8.100 €	10	810 €
Mobiliario Att. cliente	3.050 €	10	305 €
Informática	5.500 €	3	1.833 €
TOTAL INVERSIÓN	66.650 €	TOTAL AMORTIZACIÓN	7.048 €

Fuente: Elaboración propia

La financiación de DINAMIK CENTER junto con un fondo de maniobra de igual cantidad que la inversión, 58.325 €, inicialmente provendrá de dos fuentes, ahorros personales de los socios emprendedores y préstamo bancario que financie el proyecto tal y como representa la Tabla 5.

Tabla 5: *Financiación DINAMIK CENTER*

TOTAL DE RECURSOS	Cantidad	Peso	Coste antes impuestos	Coste después impuestos
	116.650 €			8,85%
Recursos Ajenos	58.325 €	50%	5%	3,75%
Recursos Propios	58.325 €	50%	13,94%	13,94%

Fuente: Elaboración propia

8.2. BALANCE DE SITUACIÓN

La Tabla 6 nos muestra el balance inicial de DINAMIK CENTER.

Tabla 6: Balance DINAMIK CENTER

BALANCE			
Activo		Pasivo+Neto	
15.000 €	Obra-Reforma	Recursos Propios	58.325 €
35.000 €	Equipos entrenamiento		
8.100 €	Mobiliario vestuarios		
3.050 €	Mobiliario Att. cliente	Recursos Ajenos	58.325 €
5.500 €	Informática		
50.000 €	Tesorería		
116.650 €	TOTAL	TOTAL	116.650 €

Fuente: Elaboración propia.

8.3. INGRESOS - GASTOS DEL AÑO 1 DE FUNCIONAMIENTO

Hemos representado mediante tablas los ingresos y gastos del año uno de la empresa. Los ingresos están indicados en la Tabla 7 y los gastos en la Tabla 8.

Tabla 7: Ingresos año 1 DINAMIK CENTER

	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
INGRESOS													
Socios Entrenamiento Reducidos	8.865 €	9.135 €	9.405 €	9.675 €	9.945 €	10.215 €	10.485 €	10.755 €	11.025 €	11.295 €	11.565 €	11.835 €	124.200 €
Socios Basic	3.325 €	3.705 €	4.085 €	4.465 €	4.845 €	5.225 €	5.605 €	5.985 €	6.270 €	6.555 €	6.840 €	7.125 €	64.030 €
Socios Starter	4.875 €	7.965 €	5.655 €	9.145 €	6.435 €	6.825 €	7.215 €	7.605 €	7.800 €	12.095 €	8.190 €	8.385 €	92.190 €
Socios Next Level	5.900 €	6.490 €	7.080 €	7.670 €	8.260 €	8.850 €	9.440 €	10.030 €	10.325 €	10.620 €	10.915 €	11.210 €	106.790 €
Fisioterapia	5.000 €	5.250 €	5.500 €	5.750 €	6.000 €	6.250 €	6.500 €	6.750 €	7.000 €	7.250 €	7.500 €	7.750 €	76.500 €
Nutrición	1.500 €	1.700 €	1.900 €	2.100 €	2.300 €	2.500 €	2.700 €	2.900 €	3.100 €	3.300 €	3.500 €	3.700 €	31.200 €
Entrenamiento personal	1.600 €	1.600 €	1.600 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.400 €	2.400 €	2.400 €	2.800 €	2.800 €	2.800 €	26.400 €
Workshop	1.200 €	1.200 €	1.200 €	1.200 €	1.200 €	1.200 €	1.200 €	1.200 €	1.200 €	1.200 €	1.200 €	1.200 €	14.400 €
Certificaciones	1.750 €	0 €	0 €	1.750 €	0 €	0 €	0 €	1.750 €	0 €	0 €	0 €	1.750 €	7.000 €
INGRESOS TOTALES	34.015 €	37.045 €	36.425 €	43.755 €	40.985 €	43.065 €	45.545 €	49.375 €	49.120 €	55.115 €	52.510 €	55.755 €	542.710 €

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8: Gastos año 1 DINAMIK CENTER

	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
GASTOS													
Alquiler Local	6.000 €	6.000 €	6.000 €	6.000 €	6.000 €	6.000 €	6.000 €	6.000 €	6.000 €	6.000 €	6.000 €	6.000 €	72.000 €
Material	200 €	200 €	200 €	200 €	200 €	200 €	200 €	200 €	200 €	200 €	200 €	200 €	2.400 €
Seguro R.C	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	600 €
Suministros	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	6.000 €
Publicidad	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	6.000 €
Limpieza	1.152 €	1.152 €	1.152 €	1.152 €	1.152 €	1.152 €	1.152 €	1.152 €	1.152 €	1.152 €	1.152 €	1.152 €	13.824 €
Mantenimiento	120 €	120 €	120 €	120 €	120 €	120 €	120 €	120 €	120 €	120 €	120 €	120 €	1.440 €
Administración	350 €	350 €	350 €	350 €	350 €	350 €	350 €	350 €	350 €	350 €	350 €	350 €	4.200 €
Entrenadores Clases grupos reducidos	2.880 €	2.880 €	2.880 €	2.880 €	2.880 €	2.880 €	2.880 €	2.880 €	2.880 €	2.880 €	2.880 €	2.880 €	34.560 €
Entrenadores contenidos	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	6.000 €
Entrenadores PT	9.378 €	9.378 €	9.378 €	9.378 €	9.378 €	9.378 €	9.378 €	9.378 €	9.378 €	9.378 €	9.378 €	9.378 €	112.530 €
Nutrición	7.245 €	7.245 €	7.245 €	7.245 €	7.245 €	7.245 €	7.245 €	7.245 €	7.245 €	7.245 €	7.245 €	7.245 €	86.940 €
Fisioterapia	4.463 €	4.463 €	4.463 €	4.463 €	4.463 €	4.463 €	4.463 €	4.463 €	4.463 €	4.463 €	4.463 €	4.463 €	53.550 €
Sueldos	6.400 €	6.400 €	6.400 €	6.400 €	6.400 €	6.400 €	6.400 €	6.400 €	6.400 €	6.400 €	6.400 €	6.400 €	76.800 €
Seguridad social	2.240 €	2.240 €	2.240 €	2.240 €	2.240 €	2.240 €	2.240 €	2.240 €	2.240 €	2.240 €	2.240 €	2.240 €	26.880 €
GASTOS TOTALES	41.977 €	41.977 €	41.977 €	41.977 €	41.977 €	41.977 €	41.977 €	41.977 €	41.977 €	41.977 €	41.977 €	41.977 €	503.724 €

Fuente: Elaboración propia.

8.4. CUENTA DE RESULTADOS A 5 AÑOS.

En la Tabla 9 hemos plasmado los resultados previstos desde el año 1 hasta el año 5 de ingresos, gastos, el flujo de caja operativo, el flujo de caja, y el flujo de caja acumulado el cual es positivo desde el primer año. En el año uno, ya establecemos beneficios por encima de 30.000 €.

Tabla 9: Cuenta de resultados 5 años.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Socios Entrenamiento Reducidos		124.200 €	136.620 €	150.282 €	172.824 €	198.748 €
Socios Basic		64.030 €	70.433 €	77.476 €	89.098 €	102.462 €
Socios Starter		92.190 €	101.409 €	111.550 €	128.282 €	147.525 €
Socios Next Level		106.790 €	117.469 €	129.216 €	148.598 €	170.888 €
Fisioterapia		76.500 €	84.150 €	92.565 €	101.822 €	112.004 €
Nutrición		31.200 €	34.320 €	37.752 €	41.527 €	45.680 €
Entrenamiento personal		26.400 €	29.040 €	31.944 €	35.138 €	38.652 €
Workshop		14.400 €	17.280 €	20.736 €	24.883 €	29.860 €
Certificaciones		7.000 €	8.400 €	10.080 €	12.096 €	14.515 €
INGRESOS TOTALES		542.710 €	599.121 €	661.601 €	754.269 €	860.334 €

GASTOS						
Alquiler Local		72.000 €	74.880 €	77.875 €	80.990 €	84.230 €
Material		2.400 €	2.496 €	2.596 €	2.700 €	2.808 €
Seguro R.C		600 €	624 €	649 €	675 €	702 €
Suministros		6.000 €	6.240 €	6.490 €	6.749 €	7.019 €
Publicidad		6.000 €	6.600 €	7.260 €	8.349 €	9.601 €
Limpieza		13.824 €	14.377 €	14.952 €	15.550 €	16.172 €
Mantenimiento		1.440 €	1.498 €	1.558 €	1.620 €	1.685 €
Administración		4.200 €	4.368 €	4.543 €	4.724 €	4.913 €
Entrenadores Clases grupos reducidos		34.560 €	35.942 €	37.380 €	38.875 €	40.430 €
Entrenadores contenidos		6.000 €	6.240 €	6.490 €	6.749 €	7.019 €
Entrenadores PT		112.530 €	117.031 €	121.712 €	126.581 €	131.644 €
Nutrición		86.940 €	86.940 €	86.940 €	86.940 €	86.940 €
Fisioterapia		53.550 €	56.228 €	59.039 €	61.991 €	65.090 €
Sueldos		76.800 €	80.640 €	84.672 €	88.906 €	93.351 €
Seguridad Social		26.880 €	28.224 €	29.635 €	31.117 €	32.673 €
GASTOS TOTALES		503.724 €	522.328 €	541.790 €	562.516 €	584.278 €
EBITDA						
Amortización		38.986 €	76.793 €	119.811 €	191.753 €	276.056 €
EBIT (BAII)		7.048 €	7.048 €	7.048 €	7.048 €	7.048 €
Impuesto sobre Beneficio 25%		31.938 €	69.745 €	112.763 €	184.705 €	269.008 €
NOPLAT		7.984 €	17.436 €	28.191 €	46.176 €	67.252 €
Amortización		23.953 €	52.309 €	84.572 €	138.528 €	201.756 €
FC Operativo		7.048 €	7.048 €	7.048 €	7.048 €	7.048 €
CAPEX		31.002 €	59.357 €	91.620 €	145.577 €	208.804 €
	- 66.650 €			7.048 €		
Flujo de Caja						
	- 66.650 €	31.002 €	59.357 €	98.669 €	145.577 €	208.804 €

Fuente: Elaboración propia

8.5. ESCENARIOS

Hemos considerado que el escenario realista se muestra en la Tabla 9, del anterior punto. A continuación, se muestra mediante la Tabla 10 los escenarios optimista y pesimista, donde en ambos casos el plan de viabilidad sigue siendo favorable. En el escenario pesimista el flujo de caja acumulado es positivo en el año 3 y en optimista en el año 1.

Tabla 10: Escenario optimista-pesimista

CRECIMIENTO INGRESOS	ESCENARIO OPTIMISTA					ESCENARIO PESIMISTA			
	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5		Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Socios Entrenamiento Reducidos	15%	15%	20%	20%		5%	5%	10%	10%
Socios Basic	15%	15%	20%	20%		5%	5%	10%	10%
Socios Starter	15%	15%	20%	20%		5%	5%	10%	10%
Socios Next Level	15%	15%	20%	20%		5%	5%	10%	10%
Fisioterapia	15%	15%	15%	15%		5%	5%	5%	5%
Nutrición	15%	15%	15%	15%		5%	5%	5%	5%
Entrenamiento personal	15%	15%	15%	15%		5%	5%	5%	5%

Workshop	25%	25%	25%	25%	15%	15%	15%	15%
Certificaciones	25%	25%	25%	25%	15%	15%	15%	15%
CRECIMIENTO GASTOS								
Alquiler Local	3%	3%	3%	3%	5%	5%	5%	5%
Material	3%	3%	3%	3%	5%	5%	5%	5%
Seguro R.C	3%	3%	3%	3%	5%	5%	5%	5%
Suministros	3%	3%	3%	3%	5%	5%	5%	5%
Publicidad	10%	10%	15%	15%	10%	10%	15%	15%
Limpieza	3%	3%	3%	3%	5%	5%	5%	5%
Mantenimiento	3%	3%	3%	3%	5%	5%	5%	5%
Administración	3%	3%	3%	3%	5%	5%	5%	5%
Entrenadores Clases grupos reducidos	3%	3%	3%	3%	8%	8%	8%	8%
Entrenadores contenidos	3%	3%	3%	3%	8%	8%	8%	8%
Gastos de personal	3%	3%	3%	3%	5%	5%	5%	5%
GASTOS VARIABLES								
Entrenadores PT	3%	3%	3%	3%	8%	8%	8%	8%
Nutrición	3%	3%	3%	3%	8%	8%	8%	8%
Fisioterapia	3%	3%	3%	3%	8%	8%	8%	8%

Fuente: Elaboración propia

8.6. RATIOS FINANCIEROS DE INTERÉS Y VALORACIÓN DEL PROYECTO

La Tabla 11 nos arroja unos resultados excelentes. Debido a que el VAN es mayor que 0 y el TIR es mayor que el coste de la financiación, se determina la viabilidad del proyecto y se puede efectuar. El primer año ya se producen los primeros beneficios. Sin embargo, debido al flujo de caja acumulado, los beneficios reales no se producen hasta el segundo año, teniendo en cuenta la inversión inicial, los ingresos y los gastos; el plazo de recuperación se establece en 1,76 años.

Tabla 11: *Ratios financieros.*

Plazo de Recuperación	1,76	años	Tasa Descuento	8,85%
VAN	328.832,03 €	Efectuable		
TIR	90,10%	Efectuable		

Fuente: Elaboración propia.

9. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

En los últimos años, la responsabilidad social corporativa se ha convertido en un imprescindible en todas aquellas empresas que quieren crecer y mantenerse en el mercado. Debemos tratarlo como un pilar más para tener en cuenta desde el primer momento en el que se abra el primer centro.

9.1. SOSTENIBILIDAD SOCIAL

Queremos elaborar un programa de sostenibilidad social enfocado a un grupo de población vulnerable como es la 3ª edad, donde se desconoce los beneficios del

entrenamiento de fuerza en su salud y lo necesario que debiese ser incorporarlo para tener una mayor funcionalidad y vida plena durante esta etapa. Este programa estará formado por varias actividades gratuitas en fin de semana realizadas por nuestros entrenadores, nutricionistas y fisioterapeutas, donde se les explicará cómo mantenerse activo, aprender a consumir alimentos no procesados y cómo cocinarlos, poder mejorar sus niveles de fuerza, aprendiendo a entrenar de manera autónoma.

Este programa estará formado por:

- Clases sobre entrenamiento de fuerza y movilidad. Serán impartidas por nuestros entrenadores y fisioterapeutas en el centro. Tendrán una duración de una hora.
- Clases sobre hábitos de descanso, gestión del estrés y nutrición: Impartidas por nuestros nutricionistas y psicólogos. Tendrán una duración de una hora.

Además, se propondrá a todos los clientes del centro participar en voluntariados para ayudar a las personas mayores a que tengan una vida social más activa.

9.2. SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA

En nuestro proceso de formación con los empleados de DINAMIK CENTER, queremos conseguir una igualdad laboral real. Por ello cada una de nuestras vacantes están ofertadas y tienen las mismas posibilidades de acceder sea del género que sea.

Queremos fomentar y transmitir esto en nuestra filosofía y valores de empresa para crear un clima laboral óptimo y apoyar al trabajador sin importar su género, demostrando que cualquier persona es capaz de realizar las tareas que se le proponen.

Actualmente contamos con cuatro integrantes masculinos y uno femenino dentro del equipo que forma Dinamik Training, por este motivo nos gustaría incorporar a más mujeres. Nos mantenemos en búsqueda activa de nuevas entrenadoras.

9.3 SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL

Dentro de nuestro centro vamos a implementar una serie de acciones para tener una mayor responsabilidad con el medio ambiente y conseguir aplicando estas medidas, reducir al máximo el impacto de nuestra actividad profesional.

Vamos a contar con un espacio abierto y grandes cristaleras para aprovechar la luz solar todo lo posible y así evitar estar consumiendo energía eléctrica durante todas las horas que está el centro abierto. Contaremos con grifos monomando, que hace que el consumo de agua sea mucho más reducido, evitando el desecho. Tendremos en el centro

diferentes tipos de papeleras para poder separar y reciclar los residuos y sobre todo trataremos de utilizar material reciclado en nuestros entrenamientos como ruedas de tractor o coche.

10. CRONOGRAMA (TO-START)

Se elabora un cronograma por fases con las tareas requeridas previas a la apertura del nuevo centro que representamos en la Tabla 12.

Este cronograma se divide en cuatro fases: la primera consiste en conseguir tener cinco grupos de entrenamiento *outdoor* activos con unas 20 personas en cada uno. Ampliar el equipo de entrenadores a 4 personas y que cada uno tenga unas 20 personas de entrenamiento personal. Mejorar y garantizar las ventas de nuestro programa online para tener una base sólida y recurrente de ingresos y clientela que nos permita pasar a la siguiente fase (apertura del centro) con seguridad.

En la segunda fase se constituye la sociedad, se comienzan a visitar centros similares, a analizar la competencia y buscamos el local idóneo para nuestro negocio. En la tercera y cuarta fase se obtienen las licencias y permisos necesarios para llevar a cabo la reforma y apertura del local. En las últimas fases se aborda la gestión de los recursos humanos, las activaciones y los trámites de contratación. Una vez en funcionamiento llevaremos a cabo evaluaciones del servicio a través de las valoraciones de nuestros clientes y la elaboración de informes.

Tabla 12: Cronograma to-start

TAREA	MES	2024		2025			2026	
		4º TRIMESTRE	1º TRIMESTRE	2º TRIMESTRE	3º TRIMESTRE	4º TRIMESTRE	1º TRIMESTRE	2º TRIMESTRE
	FASE 1							
1	Ampliar grupos de E. Outdoor							
2	Incorporar nuevo entrenador/a							
3	Potenciar servicio E. Personal							
4	Crear programa E. Online							
5	Estudio de mercado							
	FASE 2							
6	Constitución de la sociedad							
7	Visita a otros centros							
8	Comparativa de nuestro proyecto con los encontrados/visitados							
9	Resumen y conclusiones							
10	Búsqueda del local idóneo							
	FASE 3							
11	Licencia de obras							
12	Permisos e inicio de reforma							
13	Comienzo con requisitos de apertura							
14	Compra de material							
15	Marketing en redes sociales							
	FASE 4							
16	Licencia de actividad							
17	Autorización sanitaria							
18	Inspección técnica							
19	Certificado de eficiencia energética							
20	Licencia de apertura							
	FASE 5							
21	Gestión de los recursos humanos							
22	Preparación apertura							
23	Activaciones							
24	Trámites de contratación							
25	Lanzamiento							
26	Apertura del centro							
	FASE 6							
27	Evaluación del servicio							
28	Valoraciones de los clientes							
29	Elaboración de informes							

Fuente: Elaboración propia

11. CONCLUSIONES

El crecimiento y la expansión de la marca Dinamik Training durante los próximos 2 años, además del estudio del mercado, indican que hay una fuerte demanda para la creación de un centro de entrenamiento propio enfocado en nuestro *buyer* persona y clientela actual.

Este grupo poblacional se encuentra mayoritariamente en la zona donde vamos a adquirir el local y sabemos que cada vez aumenta más su tiempo y percepción en el cuidado personal y estilo de vida saludable. Nuestro centro ofrecerá la oportunidad de mejorar su salud, rendimiento y estética a través de una metodología propia y un equipo de trabajo multidisciplinar de la forma más personalizada posible para que cada cliente se sienta acompañado en todo momento y forme parte de nuestra comunidad.

DINAMIK CENTER es más que un plan de empresa, es un proyecto de vida donde uno de los creadores de este TFG lleva trabajando más de 10 años, su deseo de ayudar a las personas a conseguir que sean más fuertes, ágiles y resistentes hace que su motivación por hacerlo realidad no decaiga.

Al igual que de ilusión y motivación no se vive, hemos querido plasmar en este proyecto la viabilidad del centro, pues si no fuese así, ni lo hubiésemos planteado. Vamos a hacer que sea un negocio rentable desde sus primeros meses de vida, dando beneficios y oportunidades de crecimiento personal tanto a su equipo técnico como a toda la comunidad de “DINAMIK@S”.

Un centro de entrenamiento personal que busca la excelencia, que quiere ofrecer siempre la mayor calidad y conocimientos hacia sus clientes, dándoles la mejor de las experiencias en lo que se refiere a su relación con el *fitness* hasta la fecha.

Queremos dedicar estas últimas líneas para agradecer a todos los profesores, compañeros, personal de la Universidad Europea y a nuestras familias que nos han acompañado y apoyado tanto durante estos cuatro años de aventura porque forman parte también de este proyecto.

12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

12.1 BIBLIOGRAFÍA

- Águila, C., & Sicilia, Á. (2014). La actividad física en España ante la dialéctica modernidad-posmodernidad: el caso de los centros fitness. *Movimiento*, no. 3, 1223-1242. <https://doaj.org/article/c558fe7d724a4d0ebfc12dd833a514b3>.
- Ahumada, J., & Toffoletto, M. (2020). Factores asociados al sedentarismo e inactividad física en Chile: una revisión sistemática cualitativa. *Revista médica de Chile*, 148(2), 233-241. <http://dx.doi.org/10.4067/s0034-98872020000200233>.
- Alonso, V. L., & Pujades, X. (2022). El deporte militar como objeto de estudio histórico: algunas consideraciones a modo de introducción. *Revista Universitaria De Historia Militar*, 10(21), 10–18. <https://doi.org/10.53351/ruhm.v10i21.809>
- Brymer, N., Davids, K., & Mallabon, L. (2014). Understanding the Psychological Health and Well-Being Benefits of Physical Activity in Nature: An Ecological Dynamics Analysis. *Ecopsychology*, 6(3), 189-197.
- Burgos, M. A., & Cepero, M. (2019). Clasificación de los centros deportivos de fitness en función del número de clientes y trabajadores. *Revista Española de Educación Física y Deportes*, no. 426. 210-218. <https://doi.org/10.55166/reefd.vi426.781>
- Carrillo, E., Aguilar, V., & González, Y. (2020). El desarrollo de las capacidades físicas del estudiante de Mecánica desde la Educación Física. *Mendive. Revista de Educación*, 18(4), 794-807. http://scielo.sld.cu/pdf/men/v18n4/en_1815-7696-men-18-04-794.pdf
- Chiberry, I., Gordon, S., & Suárez, F. (2023). Entrenamiento online, una nueva herramienta para la educación física. *FAHCE*. https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.16967/ev.16967.pdf
- Gaytán, C. (2023) Indicadores financieros y económicos. Punto de equilibrio. *Mercados y negocios* vol.24 no.48. <https://doi.org/10.32870/myn.vi48.7690>.
- Gómez, L., Medina, C., Cortés, P. (2022). TECNOLOGÍA Y NUEVAS FORMAS DE COMUNICACIÓN EN EL FITNESS. *EmásF, Revista Digital de Educación Física*, no. 74.

- Harting, T., Mitchell, R., de Vries, S., & Frumkin, H. (2014). Nature and Health. *Annual Reviews Of Public Health*, no. 35. 207-228. <https://doi.org/10.1146/annurev-publhealth-032013-182443>.
- Herrera, L., Pérez, F., Valcarce, M., & García, J. (2019). Análisis de las redes sociales en el sector del fitness español: un estudio longitudinal. *Materiales para la Historia del Deporte*, no 18. 122-128.
- León-Quismondo, J., García-Unanue, J., & Burillo, P. (2020). Análisis de Importancia-Valoración (IPA) y Modelo Kano aplicados a centros fitness de la Comunidad de Madrid. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 15(44), 223–234. <https://doi.org/10.12800/ccd.v15i44.1464>.
- Monroy, A., & Rodríguez, B. (2014). El valor del cuerpo para las culturas deportivas de los pueblos indígenas. *EFdeportes, Revista Digital-Buenos Aires*, no.199.
- Reinoso, M. (2008). Orígenes y antecedentes del Outdoor Training. *EFdeportes, Revista Digital-Buenos Aires*, no 117.
- Sacerio, I. Duany, L. & Marín, L. (2023). Fisioterapia y nutrición: dos terapias ineludibles en el tratamiento de las enfermedades crónicas no transmisibles. *Revista. Finlay*, 13(3), 360-363.
- Sañudo, B., & García, J. (2011). *Nuevas orientaciones para una actividad física saludable en centros de fitness*. Wanceulen Editorial Deportiva SL.
- Veiga, Ó., Valcarce, M., & Romero, A. (2023). Encuesta Nacional de Tendencias de Fitness en España para 2023. *Retos Digital/Retos*, 47, 680-690. <https://doi.org/10.47197/retos.v47.96200>.

12.2 WEBGRAFÍA

[https://www.boe.es/eli/es/res/2024/01/16/\(6\)](https://www.boe.es/eli/es/res/2024/01/16/(6))

<https://www.consejo-colef.es/>

<https://www.coplefmadrid.com/>

<https://datosmacro.expansion.com/>

<https://dinamiktraining.com/>

<https://functionalfeel.com/>

<https://harbiz.io/>

<https://www.infojobs.net/>

<https://www.impulsyn.com/>

<https://www.linkedin.com/>

<https://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/El-Ayuntamiento/Estadistica/Distritos-en-cifras/Distritos-en-cifras-Informacion-de-Barrios-/?vgnnextfmt=detNavegacion&vgnextoid=0e9bcc2419cdd410VgnVCM2000000c205a0aRCRD&vgnnextchannel=27002d05cb71b310VgnVCM1000000b205a0aRCRD>

[https://mundoentrenamiento.com/rope-flow-aprende-a-moverte-mejor/:](https://mundoentrenamiento.com/rope-flow-aprende-a-moverte-mejor/)

<https://rebelgym.es/>

<https://www.revistagq.com/cuidados/articulo/entrenamiento-clubbell-mazas-indias-persas>

<https://www.strideeurope.com/es>

<https://winfitep.com/>

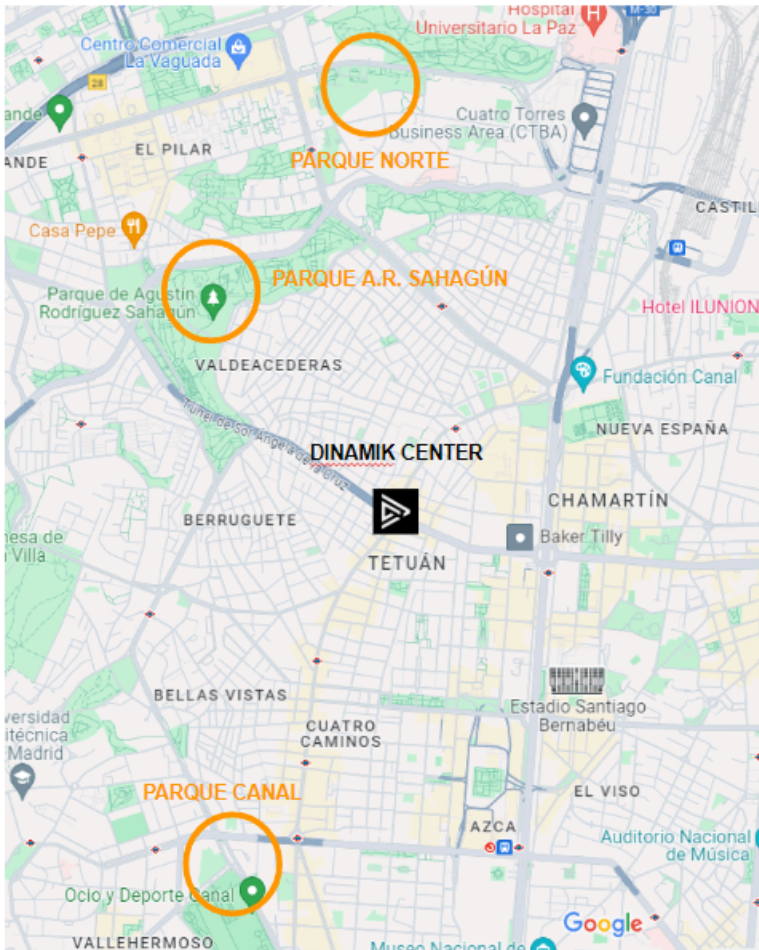
ANEXOS

Anexo 1 Encuesta Tendencias del Fitness en España 2023

Puesto	Tendencias Encuesta Nacional 2023	Tendencias Encuesta Nacional 2022	Tendencias Encuesta Nacional 2021
1	Entrenamiento funcional de fitness	Contratación de profesionales "certificados"	Ejercicio y pérdida de peso
2	Entrenamiento personal en pequeños grupos	Entrenamiento funcional de fitness	Contratación de profesionales "certificados"
3	Entrenamiento personal	Entrenamiento personal en pequeños grupos	Entrenamiento personal
4	Contratación de profesionales "certificados"	Entrenamiento personal	Entrenamiento personal en pequeños grupos
5	Entrenamiento con pesos libres	Programas de ejercicio y pérdida de peso	Entrenamiento funcional
6	Programas de ejercicio y pérdida de peso	Actividades de fitness al aire libre (outdoor fitness)	Actividades de fitness al aire libre (outdoor fitness)
7	Programas de fitness para adultos mayores	Regulación ejercicio de los profesionales del fitness	Equipos multidisciplinares de trabajo (médicos, fisioterapeutas, nutricionistas y GCAFYD)
8	Equipos multidisciplinares de trabajo (médicos, fisioterapeutas, nutricionistas y GCAFYD)	Equipos multidisciplinares de trabajo (médicos, fisioterapeutas, nutricionistas y GCAFYD)	Nutrición y fitness
9	Regulación ejercicio de los profesionales del fitness	Nutrición y fitness (dieta saludable)	Búsqueda de nuevos nichos de mercado en el sector
10	Actividades de fitness al aire libre (outdoor fitness)	Programas de fitness para adultos mayores	Programas de fitness para adultos mayores

Fuente: <https://doi.org/10.47197/retos.v47.96200>

Anexo 2 Mapa Ubicación DINAMIK CENTER



Fuente: Elaboración propia

Anexo 3 Buyer persona 2-3-4.

**BUYER PERSONA
2, 3 Y 4**



NAME	Sara Cendrero	Almudena Menaya	Marta Caballero
OBJETIVOS	Entrenar junto con más personas y reducir sus niveles de estrés	Recuperarse de una lesión de espalda derivada de las posturas en su trabajo	Aprender a entrenar y comer de manera saludable
MOTIVACIÓN	Conseguir mantener el habito del entrenamiento	No sentir molestias en su día a día	Mejorar su rendimiento y aprender a cocinar y comprar de forma más saludable
FRUSTACIÓN	No tiene tiempo para entrenar	Relaciona ejercicio con dolor	No sabe como mejorar
CANALES DE COMUNICACIÓN	Instagram	Facebook	Intagram, Tik-Tok
MÁS INFORMACIÓN	Quiere mejorar su vida social	Los médicos solo le dan la opción de operarse	Tiene muchos mitos acerca del entrenamiento y la nutrición

Fuente: Elaboración propia





Anexo 4 Dinamik Training Actual



Fuente: Elaboración propia

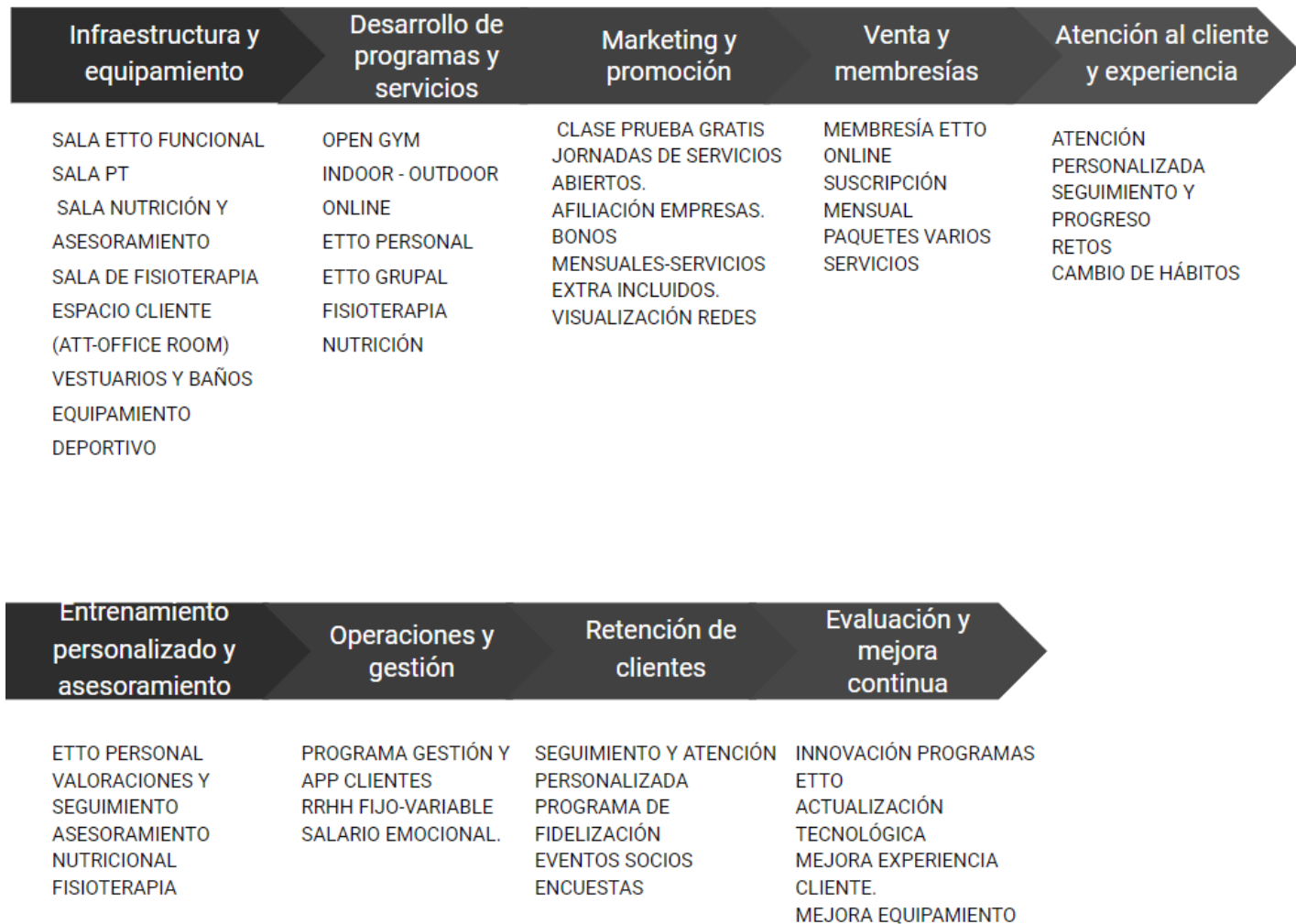
Anexo 5 Valores DINAMIK CENTER

ODS	VALORES DINAMIK CENTER
 <p>3 SALUD Y BIENESTAR</p>	<p>Orientados en el cliente: Dinamik Center pone al cliente en el centro. Satisface sus necesidades y deseos, ofreciendo un servicio de alta calidad y de elevada fidelidad.</p> <p>Empoderamiento: Capacitamos a los clientes para que sean conscientes de su bienestar y tomen el control de sus hábitos. Aportamos nuestro “<i>Know-how</i>” para que nuestros usuarios alcancen sus metas, retos y objetivos en un proceso personal acompañado hacia un estilo de vida más activo.</p>
 <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	<p>Pasión por el ejercicio físico: El amor y la creencia en el ejercicio físico y su capacidad para transformar vidas. Creemos en su poder para promover un estilo social de vida activo y saludable.</p> <p>Excelencia: El esfuerzo por alcanzar la excelencia en todos los procesos de la empresa tiene que ser constante. El compromiso por lograr un servicio de alta calidad para los clientes, desde diseño de un entrenamiento, hasta la imagen de nuestro centro.</p>
 <p>9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p>	<p>Innovación y creatividad: Búsqueda constante de formas de innovar y mejorar los servicios, fomentado la creatividad en las soluciones ofrecidas a los clientes.</p>
 <p>10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES</p>  <p>5 IGUALDAD DE GÉNERO</p>	<p>Diversidad e inclusión: La diversidad y la inclusión estarán presentes en toda la organización, tanto para los clientes internos (trabajadores), como clientes externos (clientes), así como en los entes colaboradores. Se creará un ambiente equitativo e inclusivo donde todas las personas sean bienvenidas y respetadas, independientemente de su origen, género, orientación sexual, habilidades físicas o creencias.</p>

	<p>Responsabilidad social: Somos conscientes del impacto en las personas y en el entorno social cercano, haciendo que nuestra actuación sea responsable y sostenible.</p>
	<p>Responsabilidad ambiental: Nos comprometemos a ser ciudadanos corporativos responsables. Nos esforzamos por minimizar nuestro impacto en el medio ambiente y contribuir positivamente a las comunidades en las que operamos.</p>
	<p>Integridad y ética: Nuestras acciones profesionales son éticas y transparentes, manteniendo altos estándares de integridad en todas sus actividades.</p>
	<p>Trabajo en equipo: Se fomentará la colaboración y la comunicación efectiva entre todos los miembros del equipo de trabajo que forman Dinamik Center.</p>

Fuente: Elaboración propia





Anexo 6 Cadena de Valor DINAMIK CENTER




Fuente: Elaboración propia

Anexo 7 Perfil estratégico DINAMIK CENTER

PERFIL ESTRATÉGICO DE DINAMIK CENTER						
ÁREAS FUNCIONALES		MN	N	I	P	MP
ÁREA COMERCIAL	Cartera de productos y servicios			X	▾	
	Cuota de mercado		X	▾		
	Imagen de mercado			X		▾
	Marca			X		▾
	Diferenciación			X		▾
ÁREA DE PRODUCCIÓN	Tipo de producción/servicio			X	▾	
	Proceso productivo		▾	X		
	Productividad			▾	X	
	Estructura de costes				▾	
	Calidad			X		▾
ÁREA FINANCIERA	Inversión (Activo)				▾ X	
	Deuda (Pasivo)				▾	X
	Estructura financiera (Pasivo/Neto)			X	▾	
	Rentabilidad		X			▾
ÁREA TECNOLÓGICA	Solvencia			X	▾	
	I+D+i		X	▾		
	Digitalización			X	▾	
	Utilización de redes sociales			X	▾	
	Desarrollo en el Metaverso		▾	X		
	Uso de NFTs		▾	X		
RECURSOS HUMANOS	Selección de personal		X			▾
	Política de contratación		X			▾
	Formación o conocimientos	X				▾
	Habilidades			X		▾
	Clima laboral			X		▾
DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN	RSC y ética empresarial		X		▾	
	Cultura empresarial			X	▾	

	Estrategias competitivas		X			
	Estructura organizativa			X		
	Estilo		X			
	Liderazgo			X		

Fuente: Elaboración propia

- DINAMIK CENTER: 
- Competencia: **X** (Basado en el sector)

Anexo 8 Análisis PEST DINAMIK CENTER

ANÁLISIS PEST DINAMIK CENTER		MN	N	I	P	MP
FACTORES CLAVE DEL ENTORNO						
DIMENSIÓN POLÍTICA	Conflictos externos, territoriales y bélicos		↓			
	Cambios de normativas (legislación)		↓			
	Subsidios del gobierno				↑	
	Normativa sobre contratación			↓		
	Licencias y permisos			↓		
DIMENSIÓN ECONÓMICA	PIB y su tasa de crecimiento			↓		
	Tasa de desempleo (Paro)	↓				
	Inflación general y subyacente.	↓				
	Índice de competitividad de los negocios.			↓		
DIMENSIÓN SOCIAL	El estilo de vida					↓
	Encuestas de satisfacción				↓	
	Tasa de Mortalidad				↓	
	Tendencias sociales					↓
DIMENSIÓN TECNOLÓGICA	Desarrollo de Redes Sociales					↓
	Desarrollo nuevas tecnologías					↓
	Gasto en I+D+i		↓			
	Desarrollo de softwares (App)					↓

Fuente: Elaboración propia

Anexo 9 Factores políticos y legales

CAMBIOS NORMATIVOS	AYUDAS A LAS EMPRESA	NORMATIVA DE CONTRATACIÓN	LICENCIAS Y PERMISOS
<p>España: LEY DEL DEPORTE</p> <p>La Ley 39/2022, de 30 de diciembre, del Deporte</p>	<p>Ayudas para la implantación de sistemas voluntarios de gestión en PYMES de la Comunidad de Madrid (2023):</p> <p>(https://www.comunidad.madrid/inversion/inicia-desarrolla-tu-empresa/ayudas-financiacion)</p>	<p>Tipología de contratos</p> <p>Contrato Indefinido Contrato Temporal Contrato Formación en Alternancia Contrato Formativo para la Obtención de la Práctica Profesional</p>	<p>El Plan General de Ordenación Urbana de Madrid (PGOUM).</p>
<p>Comunidad de Madrid: LEY DE PROFESIONES DEL DEPORTE</p> <p>Ley 1/2019, de 27 de febrero, de modificación de la Ley 6/2016, de 24 de noviembre, por la que se ordena el ejercicio de las profesiones del deporte en la Comunidad de Madrid.</p>	<p>Ayudas e incentivos para el empleo:</p> <p>(https://www.comunidad.madrid/servicios/empleo/ayudas-e-incentivos-empleo)</p>	<p>Convenio del sector por encima del convenio de empresa.</p>	<p>Ordenanza General de Protección del Medio Ambiente Urbano (OGPMAU).</p> <p>Ordenanza de Protección contra la Contaminación Acústica y Térmica (OPCAT).</p> <p>Código Técnico de la Edificación, en especial a sus Documentos Básicos de Seguridad en caso de Incendio (CTE-DB-SI), y de Seguridad de Utilización y Accesibilidad (CTE-DB-SUA).</p>
<p>Madrid Ciudad: NORMATIVA MUNICIPAL INSTALACIONES</p> <p>Reglamento sobre la Utilización de las Instalaciones y Servicios Deportivos Municipales del año 2012,</p>	<p>Ayudas para el fomento de la RSE y la conciliación laboral:</p> <p>(https://www.comunidad.madrid/servicios/empleo/ayudas-personas-trabajadoras-autonomas-emprendedoras-entidades-economia-social)</p>		<p>Permiso de obras Garantía Financiera Medidas de Seguridad Proyecto Técnico.</p>
<p>CONVENIO COLECTIVO</p> <p>Resolución de 16 de enero de 2024, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el V Convenio colectivo estatal de instalaciones deportivas y gimnasios.</p>	<p>Kit digital.</p> <p>(https://www.acelerapyme.gob.es/kit-digital)</p>		<p>Licencia de actividad de la Agencia de Actividades del Ayuntamiento de Madrid,</p>
	<p>Ayudas a personas trabajadoras autónomas, emprendedoras y entidades de la economía social.</p> <p>(https://www.comunidad.madrid/servicios/empleo/ayudas-personas-trabajadoras-autonomas-emprendedoras-entidades-economia-social)</p>		

Fuente: Elaboración propia

Anexo 10 Indicadores de Madrid

Indicadores de Madrid. Población.

DATOS DE POBLACIÓN						
	CIUDAD		TETUÁN		CHAMARTÍN	
CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL DISTRITO-BARRIO						
Superficie (Ha.)	60.445,52		537,47		917,55	
Densidad (hab./Ha.)	55,26		297,69		157,81	
LA POBLACIÓN DEL DISTRITO						
Estructura de la población (01/01/2023)						
Sexo de la población	100%	3.339.931	4,80%	160.002	4,30%	144.796
Hombres	46,70%	1.559.866	45,60%	72.938	45,10%	65.245
Mujeres	53,30%	1.780.065	54,40%	87.064	54,90%	79.551
Edad media de la población		44,37		44,08		45,75
De 0 a 14 años	12,40%	413.941	10,50%	16.759	12,50%	18.034
De 15 a 29	16,90%	563.321	17,60%	28.139	15,50%	22.475
De 30 a 44	21,60%	719.886	25,60%	41.030	21,00%	30.458
De 45 a 64	29,00%	968.156	27,20%	43.546	27,10%	39.209
De 65 a 79	13,20%	441.254	12,50%	19.970	15,50%	22.470
De 80 y +	7,00%	233.373	6,60%	10.558	8,40%	12.150
De 65 y +	20,20%	674.627	19,10%	30.528	23,90%	34.620
Estructura de los hogares (01/01/2022)						
Nº total de hogares	100%	1.313.660	5,10%	67.310	4,50%	58.644
Tamaño medio del hogar		2,5		2,34		2,46
Hogares con una mujer sola >65 años	10,00%	130.749	10,00%	6.746	11,40%	6.659
Hogares con un hombre solo >65 años	3,00%	39.490	3,10%	2.086	3,40%	1.977
Hogares monoparentales: una mujer adulta con uno o más menores	2,00%	26.251	1,60%	1.094	1,50%	894
Hogares monoparentales: un hombre adulto con uno o más menores	0,40%	5.331	0,30%	202	0,40%	219

 Fuente Ayuntamiento de Madrid.(<https://www.madrid.es>)

Indicadores de Madrid. Economía y Empleo.

ECONOMÍA Y EMPLEO						
	CIUDAD	TETUÁN		CHAMARTÍN		
INDICADORES ECONÓMICOS						
Renta neta media anual de los hogares Urban Audit (2020)		43.003,00€	90,20%	38.799,00€	160,90%	69.202,00€
Renta disponible media por persona (2020)		17.059,00€	95,80%	16.336,00€	162,50%	27.719,00€
Pensión media mensual del Distrito HOMBRES (2022)		1.584,00€	99,40%	1.574,00€	120,30%	1.906,00€
Pensión media mensual del Distrito MUJERES (2022)		1.215,00€	103,20%	1.254,00€	122,40%	1.487,00€
INDICADORES DE DESEMPLEO						
Paro registrado (nº de personas registradas en SEPE en febrero 2023)		148.294	4,70%	7.019	2,60%	3.809
Tasa absoluta de paro registrado (febrero 2023)	6,67		6,28		4,18	
Tasa absoluta de paro registrado HOMBRES	5,95		5,7		3,76	
De 16 a 24 años	3,34		2,73		0,88	
De 25 a 44 años	4,93		3,97		2,69	
De 45 a 64 años	7,85		8,97		5,83	
Tasa absoluta de paro registrado MUJERES	7,35		6,8		4,54	
De 16 a 24 años	3,01		2,79		0,95	
De 25 a 44 años	6,42		5,32		3,3	
De 45 a 64 años	9,51		9,73		6,76	
Personas paradas de larga duración (febrero 2023)	38,10%	56.459	38,00%	2.666	40,30%	1.535
Hombres	39,30%	22.171	39,30%	1.047	39,40%	605
Mujeres	60,70%	34.288	60,70%	1.619	60,60%	930
Personas paradas que SÍ perciben prestaciones (febrero 2023)	43,50%	64.573	46,20%	3.243	49,30%	1.878
Hombres	47,20%	30.492	46,10%	1.495	43,40%	815
Mujeres	52,80%	34.081	53,90%	1.748	56,60%	1.063
Personas paradas que NO perciben prestaciones (febrero 2023)	56,50%	83.721	53,80%	3.776	50,70%	1.931
Hombres	39,50%	33.074	39,70%	1.500	40,80%	787
Mujeres	60,50%	50.647	60,30%	2.276	59,20%	1.144

Fuente Ayuntamiento de Madrid.(<https://www.madrid.es>)

Indicadores de Madrid. Educación.

EDUCACIÓN						
	CIUDAD		TETUÁN		CHAMARTÍN	
INDICADORES EDUCATIVOS						
Población en etapas educativas (01/01/2022)	100,00%	445.391	100%	17.909	100%	19.388
0 a 2 años	16,90%	75.197	20,40%	3.645	19,10%	3.699
Infantil (3 a 5 años)	17,90%	79.590	18,80%	3.369	19,00%	3.689
Primaria (6 a 11 años)	38,50%	171.623	36,80%	6.598	37,60%	7.292
Secundaria (12 a 15 años)	26,70%	118.981	24,00%	4.297	24,30%	4.708
Escolarización del alumnado por tipo de centro (año escolar 2020/21)	100,00%	527.095	100%	12.562	100%	36.133
En centros PRIVADOS CONCERTADOS	42,10%	221.997	49,40%	6.201	45,70%	16.522
En centros PRIVADOS SIN CONCIERTO	18,10%	95.604	13,90%	1.751	33,70%	12.171
En centros PÚBLICOS	39,70%	209.494	36,70%	4.610	20,60%	7.440
Total alumnado extranjero	11,40%	60.280	19,90%	2.498	4,70%	1.712
En centros PRIVADOS CONCERTADOS	33,40%	20.125	40,40%	1.008	34,40%	589
En centros PRIVADOS SIN CONCIERTO	9,20%	5.528	3,00%	74	24,70%	423
En centros PÚBLICOS	57,40%	34.627	56,70%	1.416	40,90%	700
Total alumnado con necesidades de apoyo educativo	5,10%	27.091	7,00%	881	3,20%	1.165
En centros PRIVADOS CONCERTADOS	40,70%	11.035	61,40%	541	63,50%	740
En centros PRIVADOS SIN CONCIERTO	4,40%	1.204	1,20%	11	12,40%	145
En centros PÚBLICOS	54,80%	14.852	37,30%	329	24,00%	280
Nivel de estudios de la población ≥ 25 años (01/01/2022)						
No sabe leer ni escribir o sin estudios	4,00%	102.153	3,00%	3.855	1,20%	1.390
Primaria incompleta	10,10%	258.169	9,10%	11.606	3,90%	4.462
Bachiller Elemental, Graduado Escolar, ESO, Formación profesional 1º grado	26,20%	667.284	25,80%	32.747	12,90%	14.654
Formación profesional 2º grado, Bachiller Superior o BUP	19,50%	496.580	18,50%	23.477	17,60%	20.033
Titulaciones medias, diplomatura, arquitectura o ingeniería técnica	9,10%	233.309	8,90%	11.281	10,50%	11.874
Estudios superiores, licenciatura, arquitectura superior, estudios superiores no universitarios, doctorado, estudios de posgrado	31,00%	791.227	34,50%	43.724	53,60%	60.943
Nivel de estudios desconocido y no consta	0,10%	2.647	0,10%	167	0,20%	263

Fuente Ayuntamiento de Madrid.(<https://www.madrid.es>)

Indicadores de Madrid. Salud.

SALUD			
	CIUDAD	TETUÁN	CHAMARTÍN
SALUD			
Hábitos y estilos de vida (2018. Estudio Madrid Salud)			
Sedentarismo	30,00%	31,30%	25,40%
Consumo de tabaco diario	18,90%	20,20%	18,50%
Consumo de medicamentos	66,30%	70,10%	65,20%
Indicadores de nivel de salud (2018. Estudio Madrid Salud)			
Autopercepción de buen estado de salud (% respuesta muy buena + buena)	72,30%	66,80%	78,50%
Calidad de vida relacionada con la salud (CVRS)	20,19	20,42	19,33
Presencia de enfermedad crónica	39,80%	41,50%	35,50%
Hipertensión arterial	18,80%	16,90%	14,60%
Diabetes Mellitus	6,00%	7,30%	3,80%
Personas con obesidad	12,20%	11,60%	8,70%
Personas con sobrepeso	33,50%	32,00%	27,00%
Personas mayores de 65 años con alguna dependencia funcional	32,40%	37,90%	34,80%
Prevalencia de obesidad en la población infantil (2017. Estudio Madrid Salud. UCM)	15,80%	17,10%	10,50%
Probabilidad de padecer enfermedad mental (GHQ-12)	21,10%	21,50%	17,80%

Fuente Ayuntamiento de Madrid.(<https://www.madrid.es>)

Indicadores de Madrid. Calidad de Vida.

CALIDAD DE VIDA			
	CIUDAD	TETUÁN	CHAMARTÍN
CALIDAD DE VIDA (2022)			
Calidad de vida y agenda pública (escala 0-10)			
Satisfacción de vivir en su barrio	7,5	7,5	8,1
Calidad de vida actual en su barrio	7,1	7	7,7
Convivencia vecinal	7	7	7,2
Satisfacción con los servicios públicos (escala 0-10)			
Espacios verdes	7	6,8	7,1
Parques infantiles	6,7	6,6	6,8
Centros culturales	7	7	7,1
Organización de fiestas y eventos populares	7,1	7,1	7,3
Instalaciones deportivas	6,9	6,7	7
Servicios sociales municipales	6,3	6,6	6,4
Principales problemas de la ciudadanía (% personas encuestadas)			
1º. Limpieza	33,2	35,5	26,7
2º. Contaminación del aire	20,3	21,2	22,7
3º. Tráfico / atascos	30,1	25,6	39
Percepción de seguridad (escala 0-10)			
Percepción de seguridad en Madrid	7,3	7,5	7,6
Percepción de seguridad en el barrio por el día	8,2	8,2	8,7
Percepción de seguridad en el barrio por la noche	6,8	6,7	7,6
Medida en la que la ciudadanía se siente informada de lo que hace el Ayuntamiento (escala 0-10)			
Medida en la que la ciudadanía se siente informada de lo que hace el Ayuntamiento	5,4	5,5	5,6
Amigabilidad de la ciudad de Madrid (escala 0-10)			
Madrid ciudad amigable con las personas lesbianas, gays, transexuales y bisexuales	7,1	7,1	7,3

 Fuente Ayuntamiento de Madrid.(<https://www.madrid.es>)

Indicadores de Madrid. Política.

POLÍTICA						
	CIUDAD		TETUÁN		CHAMARTÍN	
RESULTADOS ELECCIONES LOCALES (2023)						
Censo electoral	100,00%	2.386.293	100%	111.546	100%	111.240
Abstención	31,80%	734.733	34,10%	37.997	23,10%	25.684
Votos blancos	0,30%	14.093	0,50%	595	0,60%	655
Votos a candidaturas	68,20%	1.625.134	64,90%	72.442	76,00%	84.519
Partido Popular	44,90%	729.304	46,80%	33.867	62,50%	52.846
Más Madrid-Verdes Equo	19,30%	313.712	18,30%	13.272	10,80%	9.149
Partido Socialista Obrero Español	16,90%	274.786	15,90%	11.553	9,30%	7.836
VOX	9,20%	148.994	9,70%	7.050	10,60%	8.987
Ciudadanos-Partido de la Ciudadanía	2,90%	47.429	2,80%	2.058	3,20%	2.684
Podemos-Izquierda Unida-Alianza Verde	4,90%	80.219	4,50%	3.264	2,30%	1.912

Fuente Ayuntamiento de Madrid.(<https://www.madrid.es>)

Indicadores de Madrid. Equipamiento deportivo y Zonas Verdes.

EQUIPAMIENTOS DEPORTIVOS Y ZONAS VERDES					
	CIUDAD	TETUÁN	CHAMARTÍN		
SERVICIOS Y EQUIPAMIENTOS MUNICIPALES					
Deportes (2022)					
Instalaciones deportivas básicas	506	1,80%	9	3,60%	18
Centros deportivos municipales	79	3,80%	3	2,50%	2
Superficie deportiva m2 en centros deportivos municipales (2020)	2.074.404	0,90%	18.355	0,70%	14.800
Campos de fútbol 11	22	0,00%	0	0,00%	0
Pista de atletismo	8	0,00%	0	0,00%	0
Piscinas cubiertas	52	5,80%	3	3,80%	2
Piscinas de verano	23	0,00%	0	0,00%	0
Zonas verdes (2022)					
Superficie de zonas verdes y Parques de distrito (Ha)	3.392,40	1,80%	62,5	1,70%	56
Superficie de zonas verdes y Parques de distrito (Ha) / nº de Habitantes *10.000	10,2	38,50%	3,9	38,10%	3,9
Superficie Parques Históricos, Singulares y Forestales por distrito (Ha)	2.683,90	0,00%	0	0,00%	0
Superficie Parques Históricos, Singulares y Forestales distrito (Ha) / nº Habitantes *10.000	8	0,00%	0	0,00%	0

Fuente Ayuntamiento de Madrid.(<https://www.madrid.es>)

Indicadores de Madrid. Presupuesto.

PRESUPUESTO		
	TETUÁN	CHAMARTÍN
ABSENTISMO	208.143€	104.140,00€
ACTIVIDADES CULTURALES	1.593.977€	1.585.585,00€
ACTUACIONES DEPORTIVAS EN DISTRITOS	86.019€	45.000,00€
CENTROS DOCENTES ENSEÑANZA INFANTIL Y PRIMARIA	3.525.349€	1.991.156,00€
CONCEJALÍA-PRESIDENCIA DEL DISTRITO	371.860€	366.964,00€
CONSUMO	236.085€	218.133,00€
DIREC. Y GESTIÓN ADMIVA. DEL DISTRITO	5.578.813€	5.614.346,00€
EDIFICIOS	2.570.277€	1.447.352,00€
EQUIPAMIENTO DE ZONAS AJARDINADAS	20.000€	
FAMILIA E INFANCIA	1.264.386€	507.230,00€
INSTALACIONES DEPORTIVAS	6.617.456€	4.757.838,00€
MAYORES	8.557.360€	4.447.295,00€
OTRAS ACTUACIONES EN VÍAS PÚBLICAS	43.207€	113.576€
PARTICIPACIÓN CIUDADANA	100.000€	45.500,00€
SALUBRIDAD PÚBLICA	674.768€	436.833,00€
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS EDUCACIÓN	645.951€	195.885,00€
SERVICIOS SOCIALES Y EMERGENCIA SOCIAL	3.948.689€	1.828.584,00€
ZONAS VERDES	27.322€	600.000€
TOTAL	36.069.662€	24.305.417€

Fuente Ayuntamiento de Madrid.(<https://www.madrid.es>)

Anexo 11 Figura 4: I+D+A Comunidad de Madrid 2021

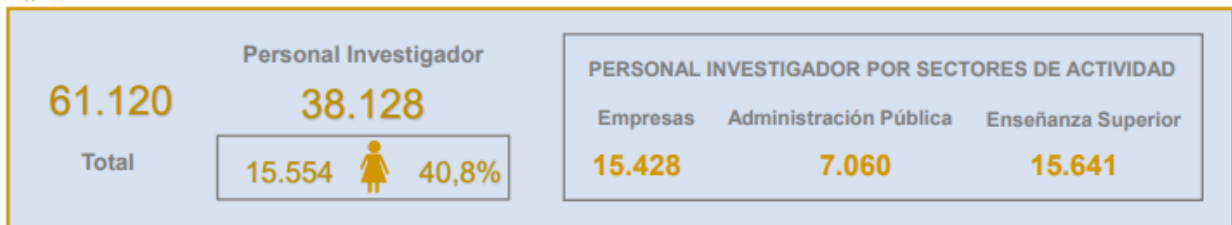
Indicadores I+D+i de la Comunidad de Madrid en 2021



Gastos I+D



Personal I+D



Indicadores I+D+i de la Comunidad de Madrid en 2021



Producción Científica



Fuente: Comunidad de Madrid.

Anexo 12 Las 5+1 fuerzas de Porter



Fuente: Elaboración propia

Anexo 13 Matriz DAFO DINAMIK CENTER



Fuente: Elaboración propia

Anexo 14 Análisis CAME DINAMIK CENTER



CORREGIR

Realizar un estudio de los centros deportivos de los alrededores para posicionarse, crear una fuerte imagen de marca de la empresa y atraer clientes de los competidores

Mantener, aumentar y mejorar nuestros servicios de entrenamiento outdoor y online para poder afrontar con mejores garantías los costes de la creación del centro

Educar a nuestros clientes en el valor de nuestros servicios ya que será un centro "High Ticket"

C A

AFRONTAR

Realizar un gran campaña de marketing en la pre-apertura del centro y sus primeros meses para afrontar la dificultad de posicionarnos en el mercado y diferenciarnos a través de nuestra PUV para atraer clientes de los competidores

La oferta personalizada con una alta calidad y atención, hace que el mercado encuentre atractivos nuestros servicios aunque nuestros precios sean superiores a los de la competencia

Continuo análisis de las tendencias del mercado, para incorporar tecnología a nuestro centro para ser los referentes y estar preparados en caso de tener nuevos competidores o productos sustitutivos



M E

MANTENER

Creación de un centro de entrenamiento personalizado con metodología propia y equipo de trabajo multidisciplinar

Experiencia y clientes fidelizados de nuestros servicios actuales de entrenamiento

Personal cualificado y formado en nuevas tecnologías

Creación de una comunidad ya existente donde ofrecer al cliente un entorno agradable donde relajarse y desconectar, además de conocer a más personas

EXPLOTAR

Explotación de las RRSS y su influencia para promocionar el centro, como para ayudar a difundir nuestra propuesta de valor

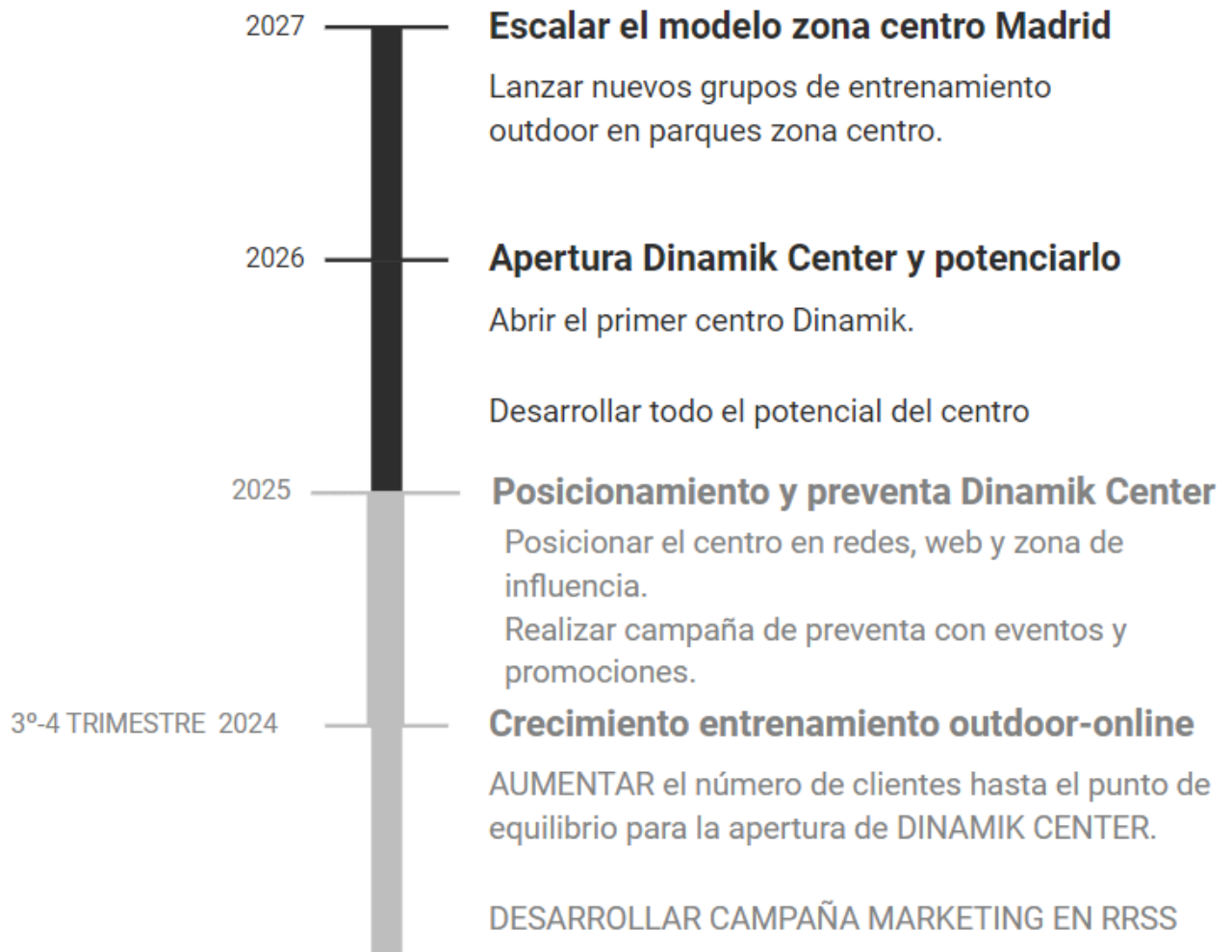
Aprovechar el auge por el entrenamiento de fuerza enfocado a mejorar la salud

Patrocinio con atletas, influencers, centros de salud y empresas de la zona

Explotar nuestro servicio holístico donde nuestros profesionales (entrenadores, nutricionistas, psicólogos y fisioterapeutas) trabajan en común para mejorar la salud de cada cliente.

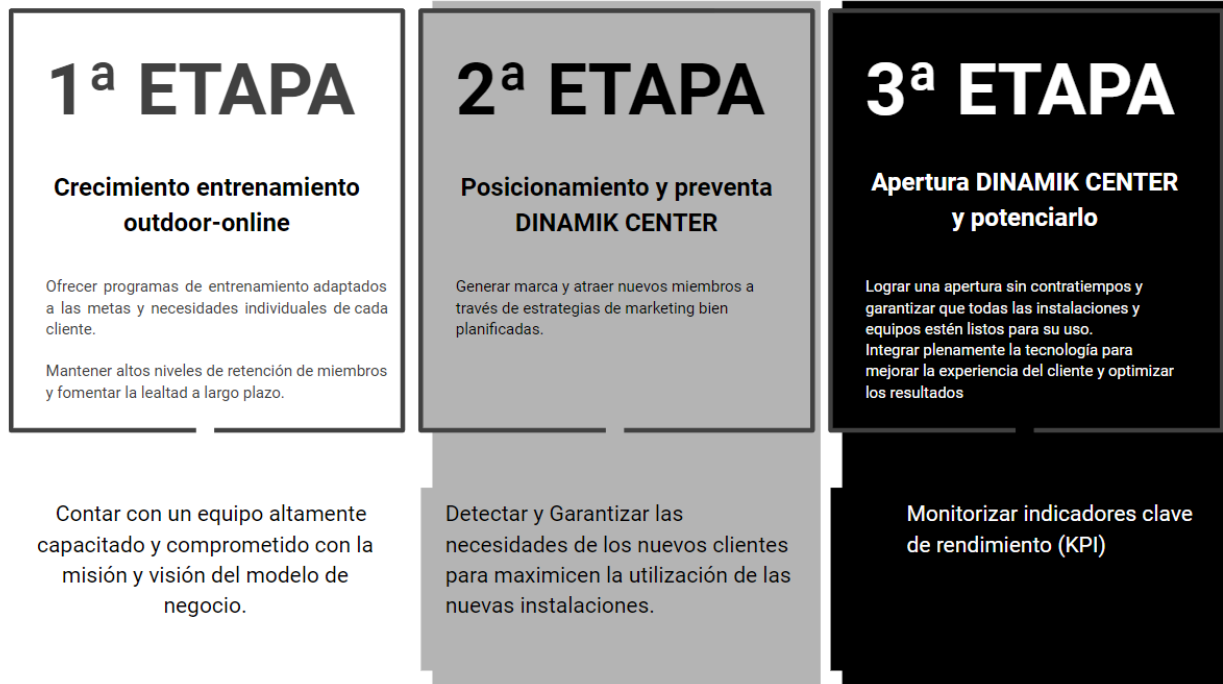
Fuente: Elaboración propia

Anexo 15 Objetivos estratégicos DINAMIK CENTER



Fuente: Elaboración propia

Anexo 16 Objetivos operativos DINAMIK CENTER



Fuente: Elaboración propia

Anexo 17 Clases grupos reducidos



HORARIO GRUPOS REDUCIDOS

	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	SUNDAY
7.00 - 8.00	FUERZA	RUNNING	FUERZA	FLOW	FUERZA		
8.00 - 9.00	RUNNING	FUERZA	FLOW	FUERZA	RUNNING		
9.00 - 10.00						TOTAL DK	TOTAL DK
10.00 - 11.00						TOTAL DK	TOTAL DK
11.00 - 12.00						TOTAL DK	TOTAL DK
12.00 - 13.00							
13.00 - 14.00	FUERZA	RUNNING	FUERZA	FLOW	FUERZA		
14.00 - 15.00	RUNNING	FUERZA	FLOW	FUERZA	RUNNING		
15.00 - 16.00							
16.00 - 17.00							
17.00 - 18.00							
18.00 - 19.00							
19.00 - 20.00	FUERZA	RUNNING	FUERZA	FLOW	FUERZA		
20.00 - 21.00	RUNNING	FUERZA	FLOW	FUERZA	RUNNING		
21.00 - 22.00							

Fuente: Elaboración propia

Anexo 18 Perfil de Entrenador DINAMIK CENTER

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Entrenadores
MISIÓN	Promoción, venta y realización de entrenamientos buscando la satisfacción del cliente.
DEPENDENCIA JERÁRQUICA	Jefatura RR.HH
PUESTOS A SU CARGO	Ninguno
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
Promocionar la marca DINAMIK CENTER asociada a su marca personal.	Vender servicios de entrenamientos personales en DINAMIK CENTER con clientes propios y del centro.
Valoraciones, programaciones y seguimiento continuo de los entrenamientos personales.	
REQUISITOS ACADÉMICOS	
Grado en Ciencias de la Actividad Física Deporte	Ciclo de Grado Superior en Acondicionamiento Físico Deporte
OTROS REQUISITOS	
Experiencia previa como entrenador personal o puesto similar. Conocimiento de programas de fitness, desde ejercicios básicos hasta sesiones de entrenamiento avanzadas. Habilidades comunicativas.	
RESPONSABILIDADES	
Evaluar la forma física y los problemas de salud Elaborar programas de ejercicio individualizados. Explicar detalladamente los ejercicios y sugerir alternativas Controlar el progreso en la forma física de los clientes. Dirigir sesiones de entrenamiento individuales y en grupo. Investigar nuevas tendencias y técnicas de ejercicios. Promover los paquetes y planes de fitness del centro.	

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 19 Perfil de Community Manager DINAMIK CENTER

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Community Manager
MISIÓN	Construir y mantener relaciones positivas y significativas con la comunidad online de DINAMIK, fortalecer la presencia en redes sociales y contribuir al éxito de la estrategia de Marketing digital.
DEPENDENCIA JERÁRQUICA	Jefatura Marketing
PUESTOS A SU CARGO	Ninguno
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<p>Ejecución de la estrategia social media y comunicación digital.</p> <p>Monitorizar y analizar las redes sociales con el fin de detectar áreas de mejora para la organización, sus proyectos e integrarlas a las distintas estrategias.</p> <p>Creación de contenido creativo adecuado a cada red social en relación con los diferentes proyectos y actividades.</p>	
REQUISITOS ACADÉMICOS	
Grado en Periodismo, Publicidad y RRPP, Marketing y Comunicación, Comunicación Audiovisual, ADE o similares.	
OTROS REQUISITOS	
<p>Wordpress y wordpress.com</p> <p>Redes Sociales como tal: Facebook, Instagram, Twitter y Youtube; se valorará también conocimiento en otras plataformas como Pinterest, LinkedIn...</p> <p>Herramientas de Gestión de Redes Sociales como: Audiense (antes SocialBro), Buffer, Agora Pulse, Hootsuite, Sprout Social, Tweetdeck, Onlypult o Metricool,</p> <p>Herramientas de monitorización como Mention, Social Mention, Sprinklr.</p> <p>Herramientas de automatización como Botize, Dlvr.it o Later.</p> <p>Herramientas de análisis como las propias de las redes sociales y Google Analytics</p> <p>Software de diseño, como Photoshop, Illustrator, Adobe Premiere, Gimp, Canva o similares</p> <p>Plataformas de publicidad en redes sociales, como Facebook & Instagram Ads, Twitter ads, LinkedIn...</p>	
RESPONSABILIDADES	
Establecer relación y comunicación con las distintas áreas de trabajo de la organización para identificar los objetivos de la comunicación, imagen y relaciones.	

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 20 Perfil de Atención al cliente DINAMIK CENTER

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Atención al Cliente
MISIÓN	Proporcionar un servicio excepcional que satisfaga las necesidades y expectativas de los clientes, construyendo relaciones sólidas y fomentando la lealtad a largo plazo hacia la empresa.
DEPENDENCIA JERÁRQUICA	Jefatura Operaciones
PUESTOS A SU CARGO	Ninguno
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
Recibir las visitas, ya sean clientes, empleados, socios o proveedores. Atender y recibir llamadas telefónicas. Responder y enviar emails. Aclarar dudas a los clientes. Acompañar o dirigir a las personas cuando lleguen al centro.	
REQUISITOS ACADÉMICOS	
Bachillerato	
OTROS REQUISITOS	
Buena apariencia. Actitud amable. Gran capacidad comunicativa, incluyendo lenguaje claro y actitud profesional al teléfono. Capacidad organizativa. Enamorado de DINAMIK CENTER.	
RESPONSABILIDADES	
Deberá tener un gran conocimiento sobre el funcionamiento, política y valores de DINAMIK CENTER. Aspectos como conocer todos los servicios, los productos, las tarifas, CRM de gestión, agendas de los trabajadores. Atender reservas o citas.	

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 21 Plan jurídico DINAMIK CENTER

Trámites de constitución	Puesta en marcha
<p>Notario: Escritura pública 1</p> <p>La escritura de constitución de la sociedad deberá ser otorgada por todos los socios fundadores, sean personas físicas o jurídicas, quienes habrán de asumir la totalidad de las participaciones sociales. Deberá contener necesariamente:</p> <p>La identidad del socio o socios.</p> <p>La voluntad de constituir una sociedad de responsabilidad limitada.</p> <p>Las aportaciones que cada socio realice y la numeración de las participaciones asignadas en pago.</p> <p>La determinación del modo concreto en que inicialmente se organice la administración, en caso de que los estatutos prevean diferentes alternativas.</p> <p>La identidad de la persona o personas que se encarguen inicialmente de la administración y de la representación social.</p> <p>Se podrán incluir todos los pactos y condiciones que los socios juzguen convenientemente establecer, siempre que no se opongan a las leyes reguladoras</p>	<p>Trámites generales.</p> <p>Agencia Tributaria (AEAT): Alta en el Censo de empresarios, profesionales y retenedores.</p> <p>Agencia Tributaria (AEAT): Impuesto sobre Actividades Económicas (exentas las empresas de nueva creación durante los dos primeros ejercicios).</p>
<p>Notario: Escritura pública 2</p> <p>Los estatutos de la sociedad, en los que se hará constar, al menos:</p> <p>La denominación de la sociedad.</p> <p>El objeto social, determinando las actividades que lo integran.</p> <p>El domicilio social.</p> <p>El capital social, las participaciones en que se divida, su valor nominal y su numeración correlativa y, si fueran desiguales, los derechos que cada una atribuya a los socios y la cuantía o la extensión de éstos.</p> <p>El modo o modos de organizar la administración de la sociedad, el número de administradores o, al menos, el número máximo y el mínimo, así como el plazo de duración del cargo y el sistema de retribución, si la tuvieren.</p>	<p>Trámites en caso de contratar trabajadores.</p> <p>Tesorería General de la Seguridad Social: Afiliación de trabajadores (en el supuesto de que no estén afiliados).</p> <p>Tesorería General de la Seguridad Social: Inscripción de la empresa.</p> <p>Consejería de Trabajo de la Comunidad Autónoma: Comunicación de apertura del centro de trabajo.</p>

<p>El modo de deliberar y adoptar sus acuerdos los órganos colegiados de la sociedad. La escritura de constitución deberá presentarse a inscripción en el Registro Mercantil Provincial.</p>	
<p>Consejerías de Hacienda de las CC.AA. Impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados</p>	<p>Trámites según la actividad. Otros organismos oficiales y/o registros: Inscripción en otros organismos oficiales y/o registros</p>
<p>Registro Mercantil Provincial Inscripción de la empresa en el Registro</p>	<p>Trámites complementarios. Oficina Española de Patentes y Marcas: Registro de signos distintivos.</p>
<p>Agencia Tributaria (AEAT). Número de identificación fiscal</p>	<p>Otros trámites. Autoridades de certificación: Obtención de un certificado electrónico Registro Mercantil Provincial: Legalización del Libro de actas, del Libro registro de socios, del Libro-registro de acciones nominativas y del Libro registro de contratos entre el socio único y la sociedad Registro Mercantil Provincial: Legalización del Libro Diario y del Libro de Inventarios y Cuentas Anuales Tesorería General de la Seguridad Social: Alta de los socios y administradores en los regímenes de la Seguridad Social</p>

Fuente: Elaboración propia basada en <https://plataformapyme.es/>