



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA
PRIVADA “ZEGEL IPAE”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS**

**PROYECTO DE INNOVACIÓN Y PROPUESTA DE APLICATIVO
MÓVIL PARA LA INSCRIPCIÓN A DISTINTOS GIMNASIOS EN LIMA
METROPOLITANA “FIT MÓVIL”**

**Proyecto de Innovación para optar el Grado Académico de Bachiller en
Administración de Negocios**

**LUCERO ETELVINA LEON MORAN
(0000-0003-2592-3058)**

**JOEL PAREDES FALCON
(0009-0003-6270-8936)**

**Lima – Perú
2023**

Índice General

Resumen Ejecutivo.....	9
Introducción	10
Capítulo I: Identificación del Problema u Oportunidad.....	12
Selección del Problema o Necesidad Para Resolver.....	12
Validación del Problema.....	19
Descripción del Cliente.....	23
Capítulo II: Diseño del Producto o Servicio Innovador	26
Aplicación de la Metodología Design Thinking.....	26
Empatizar	26
Definir	29
Idear	30
Prototipar.....	31
Testear.....	34
Características del Producto o Servicio Innovador Validado	36
Capítulo III: Elaboración del Modelo de Negocio	37
Definición de la Propuesta de Valor del Negocio.....	37
Elaboración del Lienzo de Modelo de Negocio.....	39
Descripción del Prototipo de Lanzamiento.....	43
Capítulo IV: Validación del Modelo de Negocio	50
Aplicación de la Metodología Lean Startup	50
Descripción del Modelo de Negocio Validado	56
Capítulo V: Análisis de la Rentabilidad	58

Estimación del tamaño del mercado, demanda proyectada y proyección de ingresos.	58
Determinación de las necesidades de Inversión y Financiamiento.....	66
Estimación de costos, clasificación de costos en fijos y variables. Determinación del punto de equilibrio.	69
Evaluación económica y financiera: Cálculo de VAN y TIR.....	73
Plan Piloto.....	74
Proyección.....	77
Flujo de Caja.....	79
Conclusiones y Recomendaciones.....	83
Referencias Bibliográficas.....	84
Anexos	84

Índice Tablas

Tabla 1. Análisis de los Criterios de Selección	14
Tabla 2. Top 20 de las Tendencias Mundiales del Fitness 2023	18
Tabla 3. Hipótesis: Cliente – Problema - Supuesto	20
Tabla 4. Datos del Arquetipo de Cliente Femenino.....	23
Tabla 5. Datos del Arquetipo de Cliente Masculino.....	24
Tabla 6. Data de los participantes del Focus Groups.....	28
Tabla 7. Data de las personas que recibieron y visitaron el landing page	53
Tabla 8. Resultado de las Visitas a la Pág. Del Landing Page.....	55
Tabla 9. Distribución Poblacional por Distritos en Lima	59
Tabla 10. Fórmula para hallar el Tamaño de Muestra	60
Tabla 11. Datos de formula.....	61
Tabla 12. Cálculo de la frecuencia de compra	62
Tabla 13. Datos de la fórmula.....	62
Tabla 14. Datos de la fórmula.....	63
Tabla 15. Proyección de Ingresos por 5 años	64
Tabla 16. Crecimiento porcentual de los ingresos	65
Tabla 17. Tasa de Inflación.....	65
Tabla 18. Inversiones Fijas: Tangibles e Intangibles.....	66
Tabla 19. Capital de Trabajo: Costo de arranque por 3 meses	67
Tabla 20. Inversión Total.....	67
Tabla 21. Cronograma Frances	68
Tabla 22. Datos del financiamiento	69

Tabla 23. Costos fijos	69
Tabla 24. Costos Variables	70
Tabla 25. Punto de Equilibrio	71
Tabla 26. Método del Tanteo	71
Tabla 27. Situación Financiera de los Estados de Resultados proyectados por 5 año	72
Tabla 28. Proyección del flujo de caja a 5 años.....	73
Tabla 29. Evaluación económica en función al VAN y TIR	74
Tabla 30. Evaluación financiera en función al VAN y TIR	74
Tabla 31. Costo de inversión	75
Tabla 32. Total de Inversión	75
Tabla 33. Costos fijos	76
Tabla 34. Costos Variables	76
Tabla 35. Cronograma de pago al proveedor.....	77
Tabla 36. Proyección de ventas en un año	77
Tabla 37. Publicidad y anuncios de las marcas afiliadas	77
Tabla 38. Cupones de descuento.....	78
Tabla 39. Frecuencia de compra	78
Tabla 40. Cupones de descuento en un año	78
Tabla 41. Ventas y costo de venta para un estimado de más de año.	79
Tabla 42. Flujo de caja de un año (Trimestral).....	79
Tabla 43. Indicadores económicos.....	81
Tabla 44. Hallar el COK	81
Tabla 45. Estado de resultado proyectado en un año.....	82

Tabla 46. Datos de los entrevistados:	91
---	----

Índice Figuras

Figura 1. Los deportes que suelen realizar los peruanos (2021).....	15
Figura 2. Árbol de Problemas	19
Figura 3. La Matriz de Priorización	22
Figura 4. Arquetipo de Cliente Femenino: Fiorella Lozano	24
Figura 5. Arquetipo de Cliente Masculino: Martin Vargas	25
Figura 6. Elaboración del Mapa de Empatía.....	29
Figura 7. Aplicación de la Técnica Scamper	30
Figura 8. Portada principal del Aplicativo Fit Móvil.....	32
Figura 9. Sección de Información.....	32
Figura 10. Sección de Descripción de los Planes y Tarifas	33
Figura 11. Sección de Reservación de visitas	33
Figura 12. Sección de Cupones de Descuento	34
Figura 13. Malla Receptora.....	36
Figura 14. El Lienzo de la Propuesta de Valor	38
Figura 15. Lienzo de Modelo de Negocio: Canvas.....	39
Figura 16. Sección de Portada de Inicio.	44
Figura 17. Sección de Introducción	44
Figura 18. Sección de Creación de Cuenta	45
Figura 19. Sección de tarifas de Membresía: Classic	46
Figura 20. Sección de tarifas de Membresía: Premium	46
Figura 21. Sección de Método de Pago	47
Figura 22. Sección de Inicio	47

Figura 23. Sección de Reservación	48
Figura 24. Sección de Cupones de Descuento	48
Figura 25. Sección de Guía de Ejercicios	49
Figura 26. Sección de Directorio de Nutricionistas y Personal Trainer	49
Figura 27. Sección de Información	50
Figura 28. Ilustración visual del Landing Page	51
Figura 29. Formulario de la Información de Contacto	52
Figura 30. Estadísticas de los Indicadores Claves del Landing Page	54
Figura 31. Porcentaje de Clics únicos por dispositivo	55
Figura 32. Malla Receptora.....	56
Figura 33. Portada del Prototipo final “FIT MÓVIL”	57
Figura 34. Resultado de la Encuesta de Satisfacción.....	58
Figura 35. Proyección de la Demanda	64
Figura 36. Proyección de Ingresos.....	65
Figura 37. Método del Gráfico.....	72

Resumen Ejecutivo

El proyecto de innovación que estamos presentando a continuación, muestra la propuesta de un aplicativo móvil que ha sido creado con la intención de mejorar la experiencia del cliente durante su permanencia en el gimnasio. Así pues, los usuarios podrán encontrar en la app una lista con nombres de gimnasios a los que tendrán acceso para entrenar en cualquiera de los distritos Sur de Lima Metropolitana, ya que se contara con distintos centros deportivos como socios estratégicos que estarán afiliados a nuestro aplicativo. De esta manera, se espera solucionar el problema que existe en los gimnasios por la saturación de gente que hay en ciertos horarios del día que no les permite a sus clientes llevar a cabo un entrenamiento efectivo, generando en ellos incomodidad, malestar, inseguridad, desmotivación y en muchas ocasiones es la causa por la que los nuevos ingresantes abandonan o cancelan sus membresías. Por otro lado, en cada capítulo, se mostrará información del proyecto que permitirá conocer más acerca de la propuesta. Además, se utilizaron distintas herramientas, gráficos, tablas y técnicas para medir la aceptación del público objetivo de nuestro modelo de negocio. Teniendo como resultado que el proyecto resuelve el problema que padece mucha gente a la hora de realizar sus entrenamientos, les gusta la idea práctica e innovadora que ofrece el aplicativo de poder elegir el horario y el gimnasio que mejor les convenga. Finalmente se puede demostrar que el proyecto es viable, gracias a las tablas presentadas en el capítulo V que es la financiación del proyecto, veremos la VAN y la TIR del proyecto.