INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO JOHN VON NEUMANN

CARRERA PROFESIONAL TÉCNICA DE CONTABILIDAD

"FORMULACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA BRINDAR EL SERVICIO DE GIMNASIO FUNCIONAL EN LA CIUDAD DE TACNA, 2019"

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO A NOMBRE DE LA NACIÓN DE:

PROFESIONAL TÉCNICO EN CONTABILIDAD

AUTORES:

JHON PAUL LOPEZ CHAMBE
DAJANA CLAUDIA BERMEJO QUENAYA
ROGER ALFREDO DELGADO JIMENEZ

DOCENTE ASESORES:

ERNESTO LEO ROSSI
RONALD HUACCA INCACUTIPA

TACNA – PERÚ
2019

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

INDICE

CAPITULO I 3

ANTECEDENTES DEL ESTUDIO 3

1. Título del Tema 3

2. Origen del Tema 3

3. Formulación del Problema 4

4. Objetivo General 4

5. Objetivos Específicos 5

5.1. Comprobar la hipótesis base del negocio. 5

5.2. Proponer el modelo de negocios 5

5.3. Determinar la viabilidad del mercado 5

5.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa 5

5.5. Determinar la Propuesta Organizacional. 5

5.6. Determinar la Propuesta Legal 5

5.7. Evaluar la Propuesta Económica. 5

6. Metodología 5

6.1. Hipótesis base del negocio. 5

6.2. Proponer el modelo de negocios. 6

6.3. Determinar la viabilidad del mercado. 6

6.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa. 6

6.5. Determinar la Propuesta Organizacional. 7

6.6. Determinar la Propuesta Legal. 7

6.7. Evaluar la Propuesta Económica. 7

7. Limitaciones del Estudio 7

CAPITULO II 8

MODELO DE NEGOCIOS 8
1. La Problemática Identificada 8
2. Nuestra Hipótesis 9
2.1. Como es la experiencia actual 9
2.2. Que problemas presenta 10
2.3. Quienes están involucrados 10
2.4. Posibles soluciones 10
3. Concepto Final 10
3.1. Nombre: 11
3.2. Que es: 11
3.3. Como funciona: 11
3.4. Porque es Especial: 11
4. El Propósito Estratégico 12
5. La Misión 12
6. La Visión 12
7. Los Promotores 13
8. Modelo de Negocios 13
CAPITULO III 15
DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS 15
1. Estudio de Mercado 15
1.1. Análisis del Mercado 15
1.1.1. Resultados de las encuestas 18
1.1.2. El Segmento del Mercado 27
1.1.3. El Futuro del Mercado 28
1.2. Estrategia del Producto o Servicio 29

1.2.1.1. Innovación 30

1.2.1.2. Prototipo del producto 30

1.2.1.3. Relación con el Cliente 31

1.3. Estrategia de Comunicación 31

1.4. Estrategia del Comercialización 32

1.5. Estrategias de Ingresos 33

2. Estudio Técnico 34

2.1. Especificaciones Técnicas 34

2.2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO 35

2.3. Flujo del Proceso 36

2.3.1. Materias Primas 37

2.3.1.1. Equipo de entrenamiento 37

2.3.1.2. Materiales de administración y seguridad 38

2.3.2. Producción del Bien o Servicio 39

2.3.2.1. Recepción 39

2.3.2.2. Evaluación de examen médico y asesoría nutricional ... 40

2.3.2.3. Operaciones del Servicio 40

2.3.3. Producto o servicio terminado 40

2.4. Localización del Proyecto 41

2.4.1. Macro localización: 41

2.4.2. Micro localización: 42

2.5. Capacidad Instalada Estimada 42

2.6. Infraestructura 43

1.1.1. Área recepción 43

1.1.2. Área de Producción(entrenamiento) 43

1.1.3. Área de vestidores y servicio higiénico 43
2.7. Distribución del local 43
2.8. Equipamiento 44
2.8.1. Equipamiento Área de Producción 44
3. Estudio Organizacional 46
3.1. Estructura Organizacional de la empresa 46
3.2. Descripción de los puestos 47
3.2.1. Gerente General: 47
3.2.2. Atención al cliente / recepción: 47
3.2.3. Instructor encargado: 48
3.2.4. Entrenador: 48
3.2.5. Psicólogo eventual 48
3.3. Requerimiento e inversión de personal 49
4. Estudio Legal 49
4.1. Selección de la Persona Natural o Jurídica 49
4.2. Selección del Régimen Tributario 50
4.3. Otros Tramites 53
4.3.1. LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO 53
5. Estudio Financiero 54
5.1. Inversión Inicial 54
5.2. Valor de Venta 54
5.3. Ingresos Proyectados en Soles 55
5.4. Costos Proyectados por Unidad 55
5.5. Gastos Proyectados Administrativos 56
5.6. Gastos Proyectados de Comercialización 56

5.7. Flujo Económico 58

5.8. Análisis Económico 59

CAPITULO IV 60

DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS 60

1. Decisión de Inversión 60

2. Recomendaciones 60

CONCLUSIONES 61

BIBLIOGRAFIA 63

ANEXOS 65

INDICE DE TABLAS

TABLA 1 MODELO DE NEGOCIOS 14
TABLA 2 PRECIOS PROMOCIONALES 33
TABLA 3 EQUIPOS DE ENTRENAMIENTO Y DE OFICINA 45
TABLA 4 CARGOS 49
TABLA 5 CUOTA MENSUAL 53
TABLA 6 INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO 54
TABLA 7 VALOR DE VENTA 55
TABLA 8 INGRESO EN SOLES 55
TABLA 9 COSTO DEL SERVICIO 55
TABLA 10 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN 56
TABLA 11 GASTO PROYECTADO DEL SERVICIO 56
TABLA 12 FLUJO ECONÓMICO 58
TABLA 13 INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO 59
TABLA 14 INVERSIÓN EN ACTIVOS - PRODUCCIÓN 65
TABLA 15 INVERSIÓN EN ACTIVOS – ADMINISTRACIÓN 66
TABLA 16 INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO 66
TABLA 17 TRÁMITES LEGALES 67

INDICE DE FIGURAS

FIGURA N° 1PROBLEMÁTICA NIÑOS CON OBESIDAD 8

FIGURA N° 2 PROTOTIPO DEL SERVICIO FUENTE: PROPIO 12

FIGURA N° 3 PREVALENCIA DE SOBREPESO EN MEF SEGÚN GRAVEDAD Y REGIÓN DE RESIDENCIA (2011) 15

FIGURA N° 4 ESTADO NUTRICIONAL DE LA MEF SEGÚN REGIÓN DE RESIDENCIA..... 16

FIGURA N° 5 ESTADO NUTRICIONAL DE LA MEF SEGÚN REGIÓN DE RESIDENCIA..... 16

FIGURA N° 6 17

FIGURA N° 7 17

FIGURA N° 8 17

FIGURA N° 9 GRÁFICO ESTADÍSTICO DE LA PREGUNTA 1 20

FIGURA N° 10GRÁFICO ESTADÍSTICO DE LA PREGUNTA 2 21

FIGURA N° 11GRÁFICO ESTADÍSTICO DE LA PREGUNTA 3 22

FIGURA N° 12GRÁFICO ESTADÍSTICO DE LA PREGUNTA 4 22

FIGURA N° 13 GRÁFICO ESTADÍSTICO DE LA PREGUNTA 5 23

FIGURA N° 14 GRÁFICO ESTADÍSTICO DE LA PREGUNTA 6 24

FIGURA N° 15GRÁFICO ESTADÍSTICO DE LA PREGUNTA 7 25

FIGURA N° 16 GRÁFICO ESTADÍSTICO DE LA PREGUNTA 8 25

FIGURA N° 17 GRÁFICO ESTADÍSTICO DE LA PREGUNTA 9 26

FIGURA N° 18 GRÁFICO ESTADÍSTICO DE LA PREGUNTA 10 27

FIGURA N° 19 FUNCIONAL PARA ADULTOS 30

FIGURA N° 20 FUNCIONAL PARA NIÑOS 31
FIGURA N° 21 DISEÑO Y LOGO 34
FIGURA N° 22 FLUJO DE PROCESO. 36
FIGURA N° 23 FLUJO DE PRODUCCIÓN. 39
FIGURA N° 24 MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO 41
FIGURA N° 25 MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO 42
FIGURA N° 26 PROTOTIPO DEL GIMNASIO 44
FIGURA N° 27 ORGANIGRAMA DEL PROYECTO 46

RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente la provincia de Tacna presenta un porcentaje elevado de obesidad tanto adultos como niños, los gimnasios no presentan un personal preocupado por los resultados de sus clientes, a la vez que en los centros educativos no muestran mayor intereses en el cuidado de los niños, desde el punto de vista de la salud y el ejercicio, todo esto genera una constante preocupación por parte de los padres y demás personas, trayendo como consecuencia una vida sedentaria y de malas costumbres alimenticias que viene arrastrando a nuestra población.

Nuestro proyecto se basa en la propuesta de cómo ayudar a la población a tener una vida saludable mediante la realización de actividad física de forma divertida sin que las personas dejen de lado el interés y entusiasmo con el cual acuden a un gimnasio, y que los padres pasen un poco de tiempo al lado de sus hijos, consta de un entrenamiento personalizado para niños y adultos, una forma divertida para poder entrenar, enfocándonos en los resultados.

En el proyecto estudiamos la viabilidad y los factores para poder realizar una inversión de este tipo, se desarrolló un estudio de mercado ayudándonos con la técnica de encuestas donde algunas de las respuestas indican que casi el 90% de encuestados busca un lugar divertido con resultados y poder llevar a su hijo, un 50% y 30% de encuestados no encuentran tiempo y no ven resultados en un gimnasio, basándonos en los resultados proyectados indicamos una capacidad instalada entre 20 y 30 clientes inscritos al iniciar el negocio dado que se iniciara en el mes de octubre, en el aspecto legal se decidió ser Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C) y nos acogeremos en el régimen tributario de Régimen Especial

del impuesta a la Renta (RER), al final del documento concluimos que es factible invertir en este proyecto, por la rentabilidad que ofrece a los posibles inversionistas, según demuestra el estudio financiero,el cual señala que con una inversión de aproximadamente S/. 36396.6 soles se obtiene un valor actual neto de S/. 73940.00 y una tasa interna de retorno del 40%, luego de los cinco años de vida útil estimada para el proyecto.

CAPITULO I
ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

1. Título del Tema

"FORMULACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA BRINDAR EL SERVICIO DE GIMNASIO FUNCIONAL EN LA CIUDAD DE TACNA, 2019"

2. Origen del Tema

Para adelgazar y mantenerse en forma no basta con la fuerza de voluntad, es allí en donde observamos que en nuestra ciudad muchas personas sufren de sobrepeso y acuden a dietas que en muchos casos son extremas y nada saludables, por otro lado un aumento gradual de la obesidad en niños consecuencia de la falta de actividad física, también existen personas que van al gimnasio sin ver resultado por no tener una adecuada supervisión al entrenar, y al mismo tiempo personas que toman conciencia por el deporte y un buen estado físico pero debido a la carga familiar que conlleva a cuidar a su menor hijo no tienen el tiempo suficiente para realizar un entrenamiento adecuado.

Es por ese motivo vimos una oportunidad, un centro de entrenamiento Físico completo funcional dado los conocimientos y habilidades de los integrantes para el bienestar de las personas entre niños y adultos con el fin de incrementar el incentivo al deporte y actividad física dentro de la localidad.

3. Formulación del Problema

En la actualidad la mayor parte de la población tacneña sufre de problemas de sobrepeso según datos actuales tanto adultos como niños, falta de un hábito de ejercicio que es vital en la salud de las personas, como otro principal problema también se encontró a las personas que no encuentra resultados en su entrenamiento por no tener una guía necesaria, también encontramos que no existe un lugar en donde el adulto pueda entrenar y estar con su hijo a la vez. Todos estos problemas originan una gran demanda que existe en nuestra ciudad por personas que desean invertir en ellos mismos para lograr un cambio.

4. Objetivo General

Formular un plan de negocios para determinar la viabilidad técnica económica de servicio de asesoramiento funcional en la ciudad de Tacna, 2019.

5. Objetivos Específicos

5.1. Comprobar la hipótesis base del negocio.

5.2. Proponer el modelo de negocios

5.3. Determinar la viabilidad del mercado

5.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa

5.5. Determinar la Propuesta Organizacional.

5.6. Determinar la Propuesta Legal

5.7. Evaluar la Propuesta Económica.

6. Metodología

6.1. Hipótesis base del negocio.

Usaremos la metodología de Design Thinking.

Según Tim Brown, actual CEO de IDEO, el Design Thinking “Es una disciplina que usa la sensibilidad y métodos de los diseñadores para hacer coincidir las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente

factible y con lo que una estrategia viable de negocios puede convertir en valor para el cliente, así como en una gran oportunidad para el mercado”.

6.2. Proponer el modelo de negocios.

Usaremos la metodología del Modelo de Canvas.

El modelo Canvas es una herramienta creada por Alex Osterwalder y se divide en nueve módulos y cada uno de ellos son las piezas que necesita una empresa para establecer su estrategia de negocios.

6.3. Determinar la viabilidad del mercado.

A través de encuestas y de entrevistas directas con potenciales clientes se determinarán las características del producto, precio plaza y promoción de la propuesta.

6.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa.

Utilizando un flujo grama del proceso se determinará la disponibilidad de los equipos, herramientas y tecnologías necesarios para el desarrollo de la propuesta.

6.5. Determinar la Propuesta Organizacional.

Diseño de los requerimientos de personal y sus características usando un organigrama.

6.6. Determinar la Propuesta Legal.

Se propondrá la constitución legal más adecuada de acuerdo a las propuestas anteriores, según el marco legal peruano.

6.7. Evaluar la Propuesta Económica.

Utilizaremos un flujo económico para determinar el VAN, TIR de la propuesta.

7. Limitaciones del Estudio

Las limitaciones del presente estudio son:

a) Tiempo: solo disponemos de 2 meses para la elaboración del Plan.

b) Espacio: La propuesta solo abarca el mercado de Tacna.

CAPITULO II
MODELO DE NEGOCIOS

1. La Problemática Identificada

Nuestra idea de negocios surgió por la existencia de un gran porcentaje de obesidad en niños y adultos en la población de Tacna, y por ende genera la preocupación de los padres al querer el bienestar de sus hijos y el de ellos entrenar y no poder por la obligación de cuidar a su menor hijo.

En la actualidad los gimnasios no cuentan con un buen servicio por parte de los entrenadores, que son ellos los que asesoraran durante el servicio, eso hace que encontremos personas que yendo al gimnasio no tengan los resultados esperados dando como resultado un aumento de los porcentajes de obesidad.



Figura N° 1 problemática niños con obesidad
Fuente: Google

2. Nuestra Hipótesis

Existen clientes potenciales en la ciudad de Tacna que desean resultados y una asesoría constante, a la vez existe un porcentaje de padres que desean hacer ejercicio y llevar a su menor hijo con ellos por salud y diversión.

2.1. Como es la experiencia actual

La mayoría de personas que acude a un gimnasio por primera vez va por un objetivo ya sea el de ganar peso o bajar, sin embargo al cabo de un tiempo no ve los resultados esperados y opta por cambiar de método como por ejemplo una dieta incorrecta para lograr su objetivo y por último terminan por retirarse del gimnasio, otro caso frecuente es de aquellas personas que al tener que cuidar a su menor hijo no encuentren el tiempo necesario para ir al gimnasio, porque en la mayoría de establecimientos no es apto el ingreso de niños, o también vemos a los padres de familia que siempre buscan una opción diferente para entretener al pequeño de la casa, como por ejemplo inscribirlos en clase de matemáticas, música, futbol o karate, en donde algunas veces los niños no desean ir, o los padres no encuentran un lugar adecuado por no ofrecer la seguridad e infraestructura adecuada. (GESTION, 2019)

2.2. Que problemas presenta

- Carencia de espacio en el gimnasio
- Falta de interés en el entrenamiento
- Distracciones de los niños
- Bajos resultados en poco tiempo
- Incomodidad del cliente (Gimnasio mixto)
- Catabolismo
- Desinterés de los clientes
- Agotamiento de los niños después de los entrenamientos

2.3. Quienes están involucrados

- Niños jóvenes y adultos que les gustan los deportes
- Público en general que les interesa la estética y la figura
- Damas y caballeros que les gusta el baile u otra actividad física

2.4. Posibles soluciones

- Encontrar los resultados que los clientes buscan en un gimnasio sin perder el interés que los motive.
- Brindar un asesoramiento y seguimiento para que el cliente este satisfecho
- Brindar un asesoramiento nutricional de acuerdo al objetivo que persigue cada cliente

3. Concepto Final

Convertir la necesidad en una oportunidad para dar pie a la ideación.

3.1. Nombre:

FUNBOX GYM

3.2. Que es:

Servicio de entrenamiento y asesoramiento funcional para grandes y chicos

3.3. Como funciona:

Se brindará asesoramiento funcional para el cliente, niños y jóvenes de acuerdo a su objetivo de forma divertida sin que pierda el entusiasmo desde el primer día que entre.

3.4. Porque es Especial:

El ejercicio funcional da entender un ejercicio personalizado de acuerdo a los resultados que espera el cliente, resultados que serán observados constantemente, y ofrecer un método sano de diversión en el desarrollo de los niños

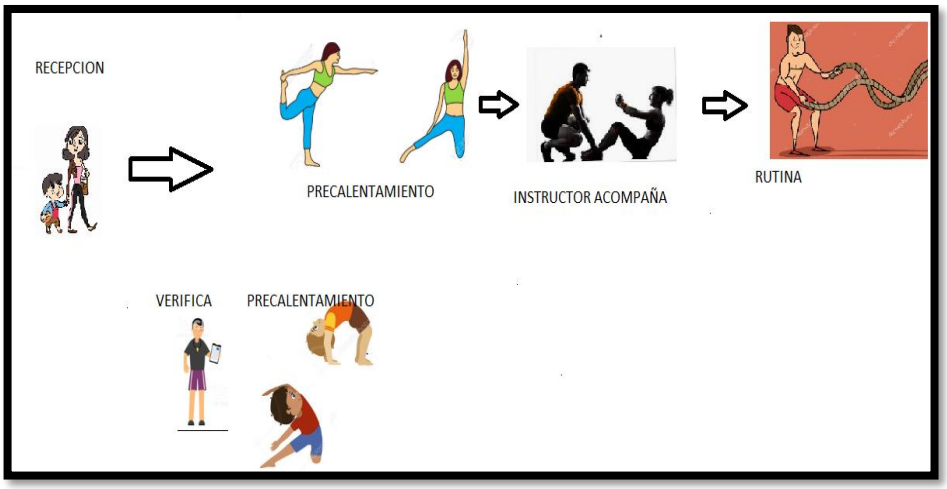


Figura N° 2 Prototipo del servicio
Fuente: Propio

4. El Propósito Estratégico

Brindar un servicio que satisfaga al cliente donde cumpla sus expectativas y logre obtener el resultado que busca, con un asesoramiento variado y de forma divertida para padres eh hijos en un mismo establecimiento con el fin de brindar entrenamiento especializado en rutinas.

5. La Misión

Somos una empresa dedicada a brindar el servicio de asesoramiento funcional para que cada cliente logre ver resultados buscados, con un asesoramiento variado y también psicológico brindándole un precio de acuerdo a al bolsillo de los diversos clientes.

6. La Visión

Buscamos ser una empresa innovadora reconocida por todas las personas de distintos niveles socioeconómicos para satisfacer las necesidades de cada persona nos basamos en la diversificación de ejercicios y entrenamientos variados en general.

7. Los Promotores

Los promotores de la idea de negocio FUNBOX GYM son:

JHON PAUL LOPEZ CHAMBE. Egresado de la carrera de contabilidad, socio inversionista con experiencia en ventas atención al público y asesoramiento de ejercicios funcionales, ya que actualmente labora como instructor en un gimnasio.

DAJANA CLAUDIA QUENAYA BERMEJO Egresada de la carrera de contabilidad, socio inversionista con experiencia en ventas, atención al cliente, asesoramiento en nutrición.

ROGER ALFREDO DELGADO JIMENEZ Egresado de la carrera de contabilidad, socio inversionista con experiencia en el área administrativa, ventas, atención al cliente, marketing y asesoramiento en ejercicios físicos.

8. Modelo de Negocios

<table>
<tr>
<td rowspan="2">ASOCIACIONES CLAVES

Entrenadores
Equipo encargado en los medios online
Psicólogos
Nutricionistas
Proveedores</td>
<td>ACTIVIDAD CLAVE
Análisis de los mejores sitios para promocionar, diseño de folletos, estudiar el cliente, diseñar un plan de entrenamiento, asignar horarios.</td>
<td rowspan="2">PROPUESTA DE VALOR
Gimnasio especializado funcional en técnicas, estrategias, rutinas entrenamiento para tratar el sobrepeso</td>
<td>RELACION CON LOS CLIENTES
Estudio inicial de las condiciones del cliente, diseñar entrenamiento personalizado, monitoreo constante de los resultados horario ajustado al cliente, asignaremos un entrenamiento personal</td>
<td rowspan="2">SEGMENTO DEL CLIENTE
Hombres y mujeres (niños, jóvenes y adultos) que vivan dentro de la ciudad de Tacna o lugares cercanos</td>
</tr>
<tr>
<td>RECURSOS CLAVE
Buena imagen (nombre y logo), web, con un buen servidor, estrategias y técnicas para bajar de peso, sistema para organizar muy bien los horarios y asignación de entrenadores</td>
<td>CANALES
Páginas web, redes sociales, campañas, radio, tv local, eventos especiales, local</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="2">ESTRUCTURA DE COSTOS
Alquiler local, diseño de sistema web, mantenimiento del local, sueldo de los empleados, capital para adquirir los productos a vender compra de plantilla blog, impresión de folletos</td>
<td colspan="3">FUENTES DE INGRESOS
Mensualidad que incluye estudio del cliente y plan de entrenamiento,
Guía para bajar de peso o subir Volumen
Programas especializados para clientes frecuentes</td>
</tr>
</table>

Tabla 1 MODELO DE NEGOCIOS
Fuente: Propia
Elaboración: Propio

CAPITULO III

DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

1. Estudio de Mercado

1.1. Análisis del Mercado

El mercado que estaremos ocupando es en la ciudad de Tacna, donde los principales consumidores del servicio serán, adultos que sufran de sobrepeso, aquellas personas que buscan buen asesoramiento y un buen ambiente dado por el entrenador, de igual manera dirigido a aquellos padres que desean hacer ejercicio para él y sus niños en un mismo establecimiento.

Nos basamos en el apoyo de los siguientes datos en donde se refiere al aumento de la obesidad en la ciudad de Tacna tanto adulto como niño.

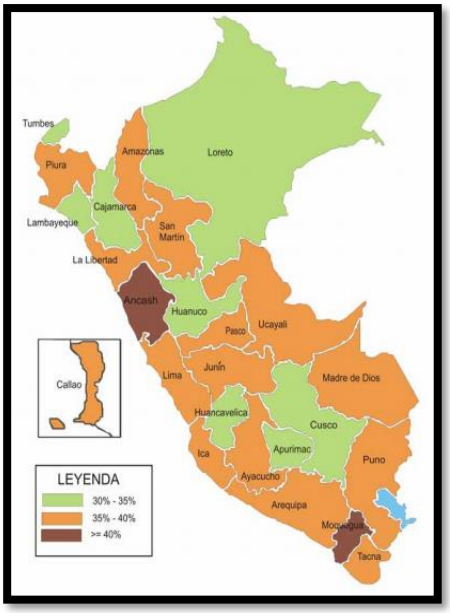


Figura N° 3 Prevalencia de sobrepeso en MEF según gravedad y región de residencia (2011)
Fuente: Endes 2011

Estado Nutricional (IMC)/Región	Peso Insuficiente		Normal		Sobrepeso		Obesidad		Total
	N	%	N	%	N	%	N	%	N
Amazonas	7	1,0	370	53,6	250	36,2	64	9,3	691
Ancash	5	0,6	352	43,9	325	40,5	120	15,0	802
Apurimac	3	0,5	378	58,9	207	32,2	54	8,4	642
Arequipa	5	0,8	259	39,5	252	38,5	139	21,2	655
Ayacucho	6	0,8	388	50,3	278	36,1	99	12,8	771
Cajamarca	9	1,4	342	51,4	226	34,0	88	13,2	665
Callao	2	1,0	83	41,1	74	36,6	43	21,3	202
Cusco	4	0,6	335	53,6	199	31,8	87	13,9	625
Huancavelica	3	0,6	327	60,7	168	31,2	41	7,6	539
Huánuco	6	1,0	305	50,2	207	34,1	90	14,8	608
Ica	8	1,0	282	36,3	273	35,2	213	27,5	776
Junin	17	2,3	363	49,7	259	35,5	91	12,5	730
La Libertad	4	0,6	292	40,3	284	39,2	144	19,9	724
Lambayeque	7	0,9	365	47,9	264	34,7	126	16,5	762
Lima	12	0,7	771	44,4	619	35,7	333	19,2	1 735
Loreto	12	1,9	326	51,8	202	32,1	89	14,2	629
Madre de Dios	3	0,4	298	37,7	289	36,6	200	25,3	790
Moquegua			208	34,4	255	42,2	141	23,3	604
Pasco	7	1,0	347	50,0	245	35,3	95	13,7	694
Piura	7	0,8	371	42,0	323	36,6	182	20,6	883
Puno	3	0,4	351	48,8	258	35,9	107	14,9	719
San Martin	7	1,0	331	47,4	270	38,7	90	12,9	698
Tacna	3	0,5	182	31,5	205	35,5	188	32,5	578
Tumbes	11	1,6	256	37,8	236	34,9	174	25,7	677
Ucayali	11	1,6	298	43,6	256	37,4	119	17,4	684
Total	162		8 180		6 424		3 117		17 883

Fuente: ENDES 2011

Figura N° 4 Estado nutricional de la MEF según región de residencia
Fuente: Endes 2011



Figura N° 5 Estado nutricional de la MEF según región de residencia
Fuente: Endes 2011

El **sobrepeso y la** obesidad **en el Perú** avanzan de modo alarmante. Por ejemplo, en Madre de Dios afecta al **77.4% de la población; en Tacna al 75%, en Lima del 70.4%, y en Tumbes 70%**. Estos males originan lo que se llama Hepatobesidad, al afectar directamente la salud del hígado.

Lo reveló el doctor **Erick Piskulich,** especialista en Cirugía Digestiva, Laparoscópica y Metabólica de la Clínica Avendaño. De no ser derrotada esta enfermedad, dijo, acabará con lo que quedan de hígados sanos para trasplante hepático en nuestro país.

"Si vemos que el **95% de obesos presenta esteatosis hepática, y la prevalencia de obesidad en el Perú** es del 70% teniendo un crecimiento anual de 1%, se estima que, en el 2037, el 90% de hígados peruanos en una población con 90% de obesos, serán grasos." Es decir, solo habrán 10% de hígados sanos peruanos para poder ser trasplantados.

Figura N° 6

Fuente: diario correo 05/12/2017



Figura N° 7
Fuente: diario correo 05/12/2017

La incidencia de **obesidad** en niños de 5 a 9 años de edad es de 21.7% en la región **Tacna**, porcentaje que casi triplica el promedio nacional, según estudios del Instituto Nacional de Salud (INS) del Ministerio de Salud (Minsa).

De acuerdo al informe del INS, la **obesidad** en este grupo de edad afecta a dos de cada cinco niños en dicha región. Asimismo, la prevalencia de este problema en adolescentes y jóvenes de 10 a 19 años de edad es de 8,7%, por encima de la cifra país, que es de 3,3%.

Figura N° 8
Fuente: Diario comercio 13/10/2018

1.1.1. Resultados de las encuestas

MODELO DE LA ENCUESTA FUNBOXGYM

1.- ¿Actualmente usted realiza algún tipo de actividad física?
a) SI
b) NO
2.- ¿Por lo general usted en que horario realiza actividad física?
a) MAÑANA
b) TARDE
c) NOCHE
3.- ¿Usted asiste o ha asistido a realizar actividad física en un gimnasio del sector?
a) SI
b) NO
4.- ¿Le interesaría compartir un poco de tiempo con su hijo(a) haciendo una actividad física?
a) SI
b) NO
c) TAL VEZ
5.- ¿Cuáles son las razones por la que no asiste a un gimnasio?
a) TIEMPO
b) NO VEN RESULTADOS
c) NO HAY GYMASIOS CERCA
d) NO HAY GIMNASIOS COMODOS
6.- ¿Qué actividad física te gustaría hacer?
a) EROBICOS
b) PESAS
c) CROSSFIT
d) TAEBOl

e) BAILE
6.- ¿Cree usted que sería necesario un gimnasio completo y amplio con entrenadores especializados y variedad en oferta y disciplinas?
a) SI
b) NO
7.- ¿Te gustaría un gimnasio que ofrezca alternativas para niños?
a) SI
b) NO
8.- ¿Le interesaría un gimnasio donde pueda entrenar de forma divertida al lado de su hijo?
a) SI
b) NO
9.- ¿Le interesaría un gimnasio donde tengan un asesoramiento nutricional y psicológico?
a) SI
b) NO
10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por los servicios del gimnasio?
a) 50
b) 100
c) 70
c) 80

Muchas gracias por su amable colaboración

Resultados

La herramienta que utilizamos para la mostrar los resultados de las encuestas fue Microsoft Excel, la cual fue encuestado a 100 personas, los resultados se presentan a través de gráficos con los que se pueden apreciar con mayor facilidad los resultados de la investigación que se realizó para el presente plan de negocios.



Figura N° 9 Gráfico estadístico de la pregunta 1
Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

Análisis:

En las encuestas realizadas a la muestra de la población de Tacna pudimos ver que el 70 % realiza actividad física por distintos motivos



Figura N° 10 Gráfico estadístico de la pregunta 2
Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

Análisis:

Del total de encuestas realizadas podemos ver que la mayor parte de la población prefiere hacer actividad física en la tarde y en la noche ya que por la mañana la mayoría de personas trabaja o se dedica a otro oficio.



Figura N° 11 Gráfico estadístico de la pregunta 3
Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

Análisis:

El 30% de los encuestados nunca ha asistido a realizar actividad física a algún gimnasio o centro de entrenamiento, mientras que el 80 % de la población ha asistido alguna vez a algún gimnasio.

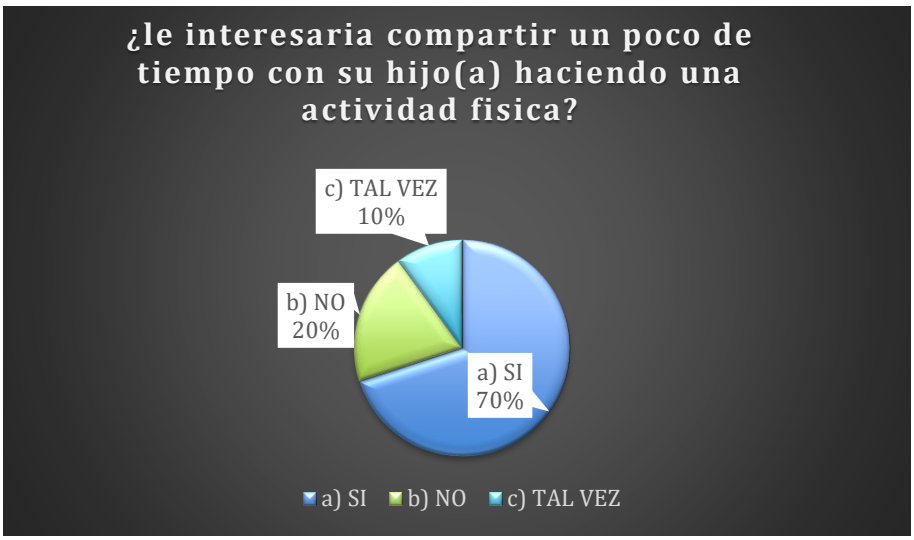


Figura N° 12 Gráfico estadístico de la pregunta 4
Fuente: Encuestas

Elaboración: Propia

Análisis:

Del total de encuestados al 70% le interesa hacer actividad física junto a sus hijos o hermanos, a la vez lo ven como un motivo para poder pasar más el tiempo junto a ellos, mientras él un porcentaje menor piensa lo contrario.

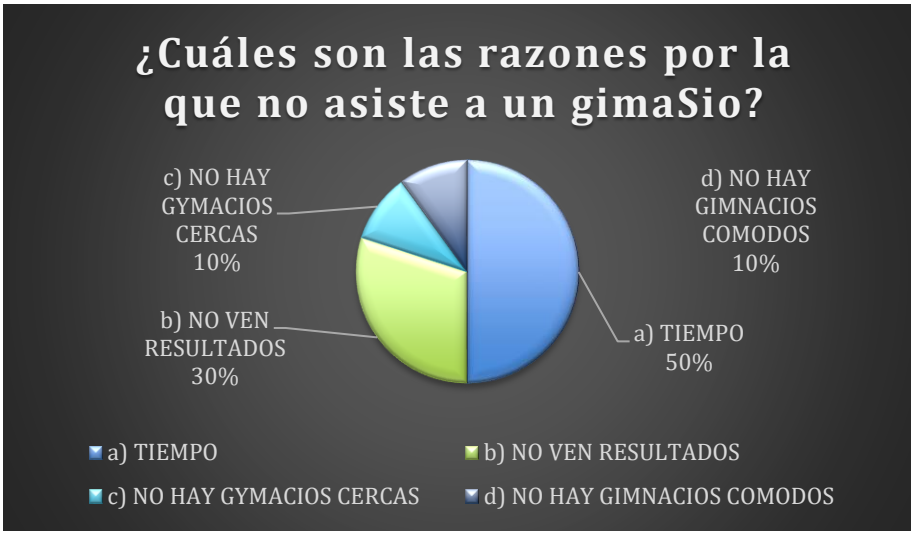


Figura N° 13 Gráfico estadístico de la pregunta 5
Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

Análisis:

El 50% de las personas encuestadas no acude a un gimnasio por falta de tiempo por tal motivo ellos prefieren ejercitarse en casa, el 30% manifiesta que

no acuden porque no ven resultados en todo el tiempo invertido, mientras que el resto de personas manifiesta que no acuden porque no hay gimnasios cercanos.

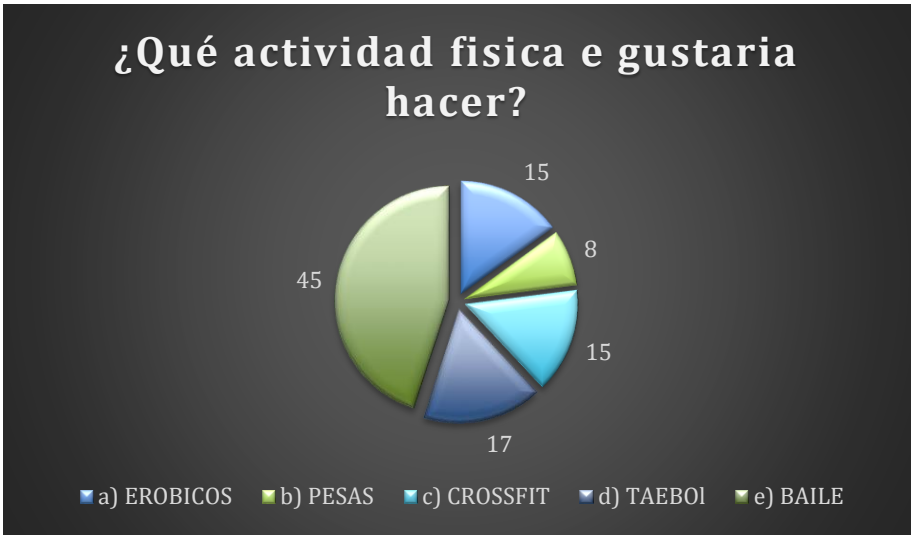


Figura N° 14 Gráfico estadístico de la pregunta 6
Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

Análisis:

La mayor parte de encuestados prefiere los entrenamientos basados en aeróbicos y están interesados en poder moldear su cuerpo, mientras que el 8% prefiere hacer musculación esto se ve mayormente en el sexo masculino



Figura N° 15Gráfico estadístico de la pregunta 7
Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

Análisis:

El 85% del total de encuestados opta por acudir a un gimnasio que les brinde un buen asesoramiento para sus rutinas, un gimnasio implementado para el objetivo de cada persona y una buena oferta.

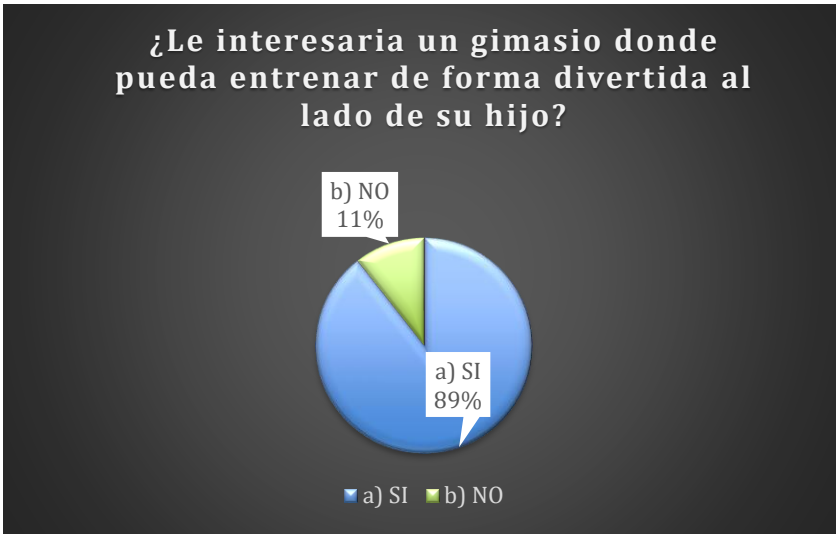


Figura N° 16 Gráfico estadístico de la pregunta 8
Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

Análisis:

El 89% de los encuestados se preocupa por la salud de sus hijos y les interesaría acudir a un gimnasio donde vean que sus hijos hagan actividad física junto a ellos.

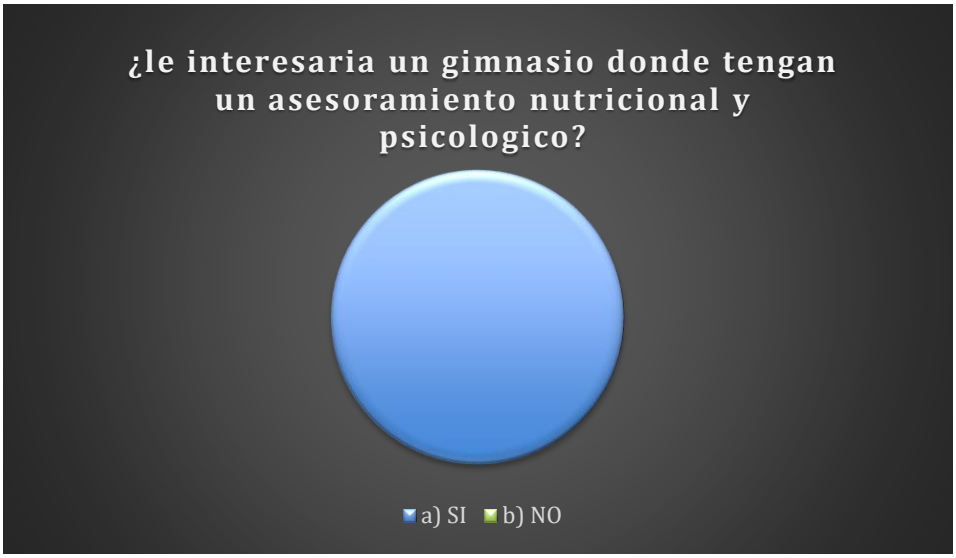


Figura N° 17 Gráfico estadístico de la pregunta 9
Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

Análisis:

Del total de encuestados el 100% está de acuerdo con el asesoramiento nutricional y psicológico para ellos y para sus hijos

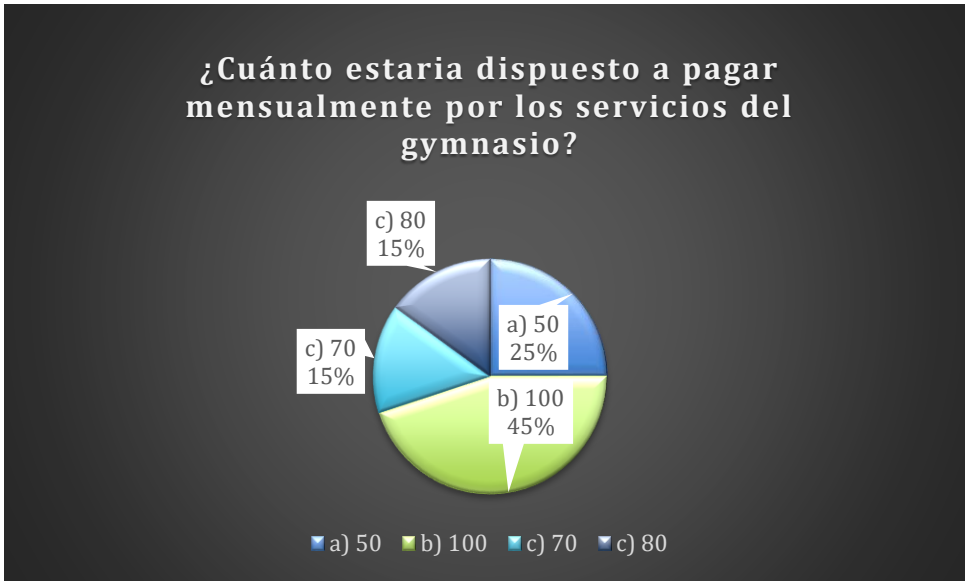


Figura N° 18 Gráfico estadístico de la pregunta 10
Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

Análisis:

En cuanto a los precios el 45% de la población estaría dispuesto a pagar S/ 100 soles por la mensualidad por los beneficios que se les propone y por ver que sus hijos se dediquen a realizar un deporte sano.

1.1.2. El Segmento del Mercado

Nuestro segmento de mercado está enfocado a aquellas personas que no encuentran los resultados esperados en otros gimnasios, por no tener una adecuada asesoría, de igual manera es para los padres de familia que pasan el mayor tiempo criando a sus hijos, de esta de esta forma podrán llevar a su niño al establecimiento y cumplir su entrenamiento sabiendo que su hijo se

está divirtiendo en un buen ambiente sin riesgos, también nuestro mercado está enfocado hacia el niño que pueda estar sufriendo de obesidad por una mala alimentación y un mal hábito en la actividad física, de igual manera también nos enfocamos en el adulto con obesidad como consecuencia de la falta de tiempo y sedentarismo, en esos casos tendremos la mayor exigencia posible para obtener buenos resultados, y por último nuestro segmento también está dirigido hacia personas que quieran des estresarse a través del ejercicio y conocer más personas.

1.1.3. El Futuro del Mercado

- Por los altos índices de obesidad infantil en Tacna los centros educativos quieren revertir la situación en base a una comida saludable para los niños, pero con pocas horas de deporte mal ejecutado en la curricular educativa, es allí donde damos posibles soluciones a los centros educativos. (Info@uopak.com, 2017)
- En el adulto el aumento de tener una vida fitness, buen físico como moda dada por los medios de comunicación
- El aumento en la tasa de natalidad en la localidad.
- El aumento del salario para una mejor calidad de vida.

1.2. Estrategia del Producto o Servicio

Nuestro servicio que estaremos ofreciendo es un gimnasio de entrenamiento funcional, el entrenamiento funcional está basado en diversas formas de ejercicio trabajando todo el cuerpo de manera entretenida, a la vez dando un equilibrio en el desarrollo muscular y agilidad en base a los propósitos que se tenga al realizar los ejercicios, el trabajo funcional estará sujeto a las exigencia de cada persona esto hará que cada entrenamiento sea diferente para cada uno, el entrenamiento se le dará a la vez un enfoque dirigido a los niños con un estilo de vida sedentario o también con hiperactividad, la exigencia será diferente en ambos casos pero dándole diversión en el desarrollo de la clase.

Encontramos una demanda en el servicio por los índices de obesidad infantil dado en los últimos años en la localidad y que pueda estar yendo en aumento de la misma forma sucede con el adulto. Se observó también que hay una gran demanda de personas que desean hacer ejercicio pero por la obligación de cuidar a sus hijos no encuentran el tiempo adecuado para hacerlo, ya que en la actualidad no permiten menores en los gimnasios por el riesgo que pueda tener el niño y ser una distracción para los adultos, es por eso que nuestro servicio contará con diversos paquetes como padres e hijos niños y adultos por separado, y paquetes especiales a instituciones educativas previo acuerdo de ellas, los

paquetes se dividirán en mensual, trimestral, y de medio año, y promociones especiales en ambos casos para atraer a clientes en los primeros meses.

1.2.1.1. Innovación

Un gimnasio funcional para grandes y chicos, enfocando un entrenamiento personalizado de acuerdo a los propósitos de cada persona de esta forma con el ambiente funcional para niños podemos lograr que el padre pueda llevar a su hijo sin problemas y cumplir con su rutina de ejercicio sabiendo que el niño está en buenas manos haciendo ejercicio en un ambiente seguro y divertido (DEPORTIVA, 2014)

1.2.1.2. Prototipo del producto



Figura N° 19 Funcional para adultos
Fuente: Google

Elaboración: Propia



Figura N° 20 Funcional para niños
Fuente: Google
Elaboración: Propia

1.2.1.3. Relación con el Cliente

La comunicación con el cliente será personal en el mismo establecimiento, así también contaremos con el Facebook del gimnasio donde estará habilitado los mensajes para que los clientes pregunten sobre los precios, se contara con correo electrónico y teléfono fijo en donde les explicaremos sobre nuestro servicio, precio, promociones.

1.3. Estrategia de Comunicación

- La estrategia de comunicación que tendremos será mediante medios digitales como Instagram y Facebook debido en la gran cantidad de personas que frecuentan estos medios sociales, allí es donde explicaremos nuestro servicio, nuestras promociones tratando variar las promociones de manera mensual de acuerdo a la demanda. (Baz, 2002)
- De igual manera se difundirá por volantes por las instituciones educativas explicando nuestro servicio,
- Se tendrá pensado llegar a un acuerdo con las instituciones educativas para explicar dentro de los colegios de manera personal la ventaja de nuestro servicio de entrenamiento funcional
- Se realizará seminarios para instituciones educativas y personas en general.

1.4. Estrategia del Comercialización

El servicio que ofreceremos será de manera directa en el gimnasio, explicando la finalidad de nuestro servicio, y el informe sobre los precios, promociones por paquetes se dará y explicara de manera directa o por teléfono, de esta manera se evitará malos entendidos y despejar ciertas dudas que se pueda dar

1.5. Estrategias de Ingresos

Nuestra empresa que está dedicada a brindar entrenamiento funcional para una mejor calidad de vida es un servicio en donde ofreceremos distintos paquetes de inscripción de acuerdo a la comodidad del cliente. Para poder llegar al precio de los paquetes de entrenamiento se entrevistaron a personas comunes en donde les explicamos del servicio y nos dijeron el monto que ellos estarían dispuestos a pagar, también evaluamos los precios de la competencia y el monto invertido para nuestro negocio, llegando como conclusión los precios de los paquetes que ofrecemos:

	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL
ADULTO Y NIÑO	S/ 170.00	S/ 450.00	S/ 820.00
ADULTO	S/ 90.00	S/ 250.00	S/ 480.00
NIÑO	S/ 80.00	S/ 220.00	S/ 420.00
PROMOCION 2X1 ADULTO		S/ 450.00	S/ 820.00
PROMOCION 2X1 NIÑO		S/ 220.00	S/ 480.00

Tabla 2 Precios Promocionales
Fuente: Maestro
Elaboración: Propia

Competencia directa no tendremos en el servicio de entrenamiento para niños.

2. Estudio Técnico

2.1. Especificaciones Técnicas

- **NOMBRE:** FUNBOX GYM



Figura N° 21 Diseño y logo
Fuente: Propia
Elaboración: Propia

- **Descripción:**

  Servicio de Gimnasio y asesoramiento personalizado para padres e hijos, funcional.

- **En que consiste el servicio:**
  - Asesoramiento para padres e hijos.
  - Control nutricional para ver resultados.
  - Asistencia psicológica para el cliente.
  - Resultados en poco tiempo y más tiempo en familia.

- **Ventajas:**
  - Innovador.
  - Cómodo.

2.2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

El servicio que ofrecemos es dar un entrenamiento personalizado de acuerdo a cada cliente tanto adultos y niños, ofreciendo un buen trato al cliente y motivación para cada meta trazada.

El servicio consistirá en hacer rutinas de ejercicio que será de acuerdo a cada cliente dentro de nuestras instalaciones, asesoría y seguimiento constante de los resultados ya sea quincenal o mensual y tendremos otro ambiente adecuado para niños con rutinas de acuerdo a ellos en base a juegos, de esta manera atraeremos tanto padres e hijos.

Ventajas y beneficios para el cliente:

- Ayudará a quemar grasa y desarrollar masa muscular
- Generará más resistencia y agilidad.
- En el caso de los niños desarrollara más coordinación, mejor atención, podrán generar más confianza y valores al momento de

interactuar con los demás niños formaremos mejores hábitos, y obtendrá mayor fuerza y resistencia para un buen desarrollo

2.3. Flujo del Proceso

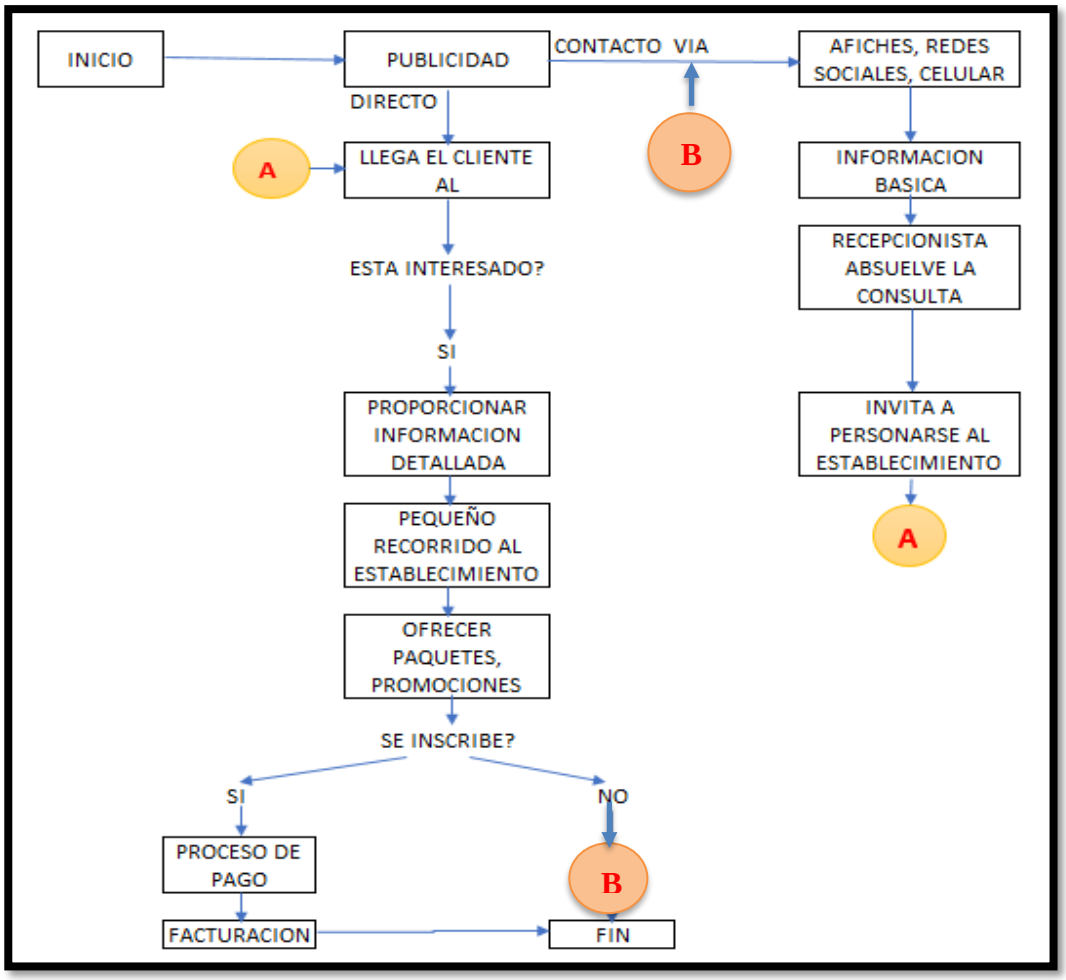


Figura N° 22 Flujo de Proceso.

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Recursos propios

- El cliente consulta nuestros servicios ya sea por nuestro establecimiento o por redes sociales, los invitamos a nuestras instalaciones.
- En nuestro establecimiento le proporcionamos la información detallada como también les enseñamos los ambientes de entrenamiento y los invitamos a una demostración gratuita al cliente y un acompañante.
- Las posibles rutinas
- Les indicamos los precios, promociones y paquetes.
- Por último, se realiza el proceso de pago.

2.3.1. Materias Primas

2.3.1.1. Equipo de entrenamiento

- Sogas
- Conos
- Espejos
- Pesas
- Mancuernas
- Mancuernas de plástico
- Taburete
- Pizarrón

- Banca inclinada
- Banca recta
- Banca de steep
- Balones medicinales
- Espalderas
- Pelotas
- Cajas polimétricas
- Cintas de suspensión
- Cronómetros
- Bandas elásticas
- Colchoneta
- Kettlebells (bolas rusas)
- Barras
- Jaula de entrenamiento funcional
- Tablero de luces y video juego

2.3.1.2. Materiales de administración y seguridad

- Impresora
- Computadoras
- Escritorio
- Vitrinas
- Estantes

- Cámaras de seguridad

2.3.2. Producción del Bien o Servicio

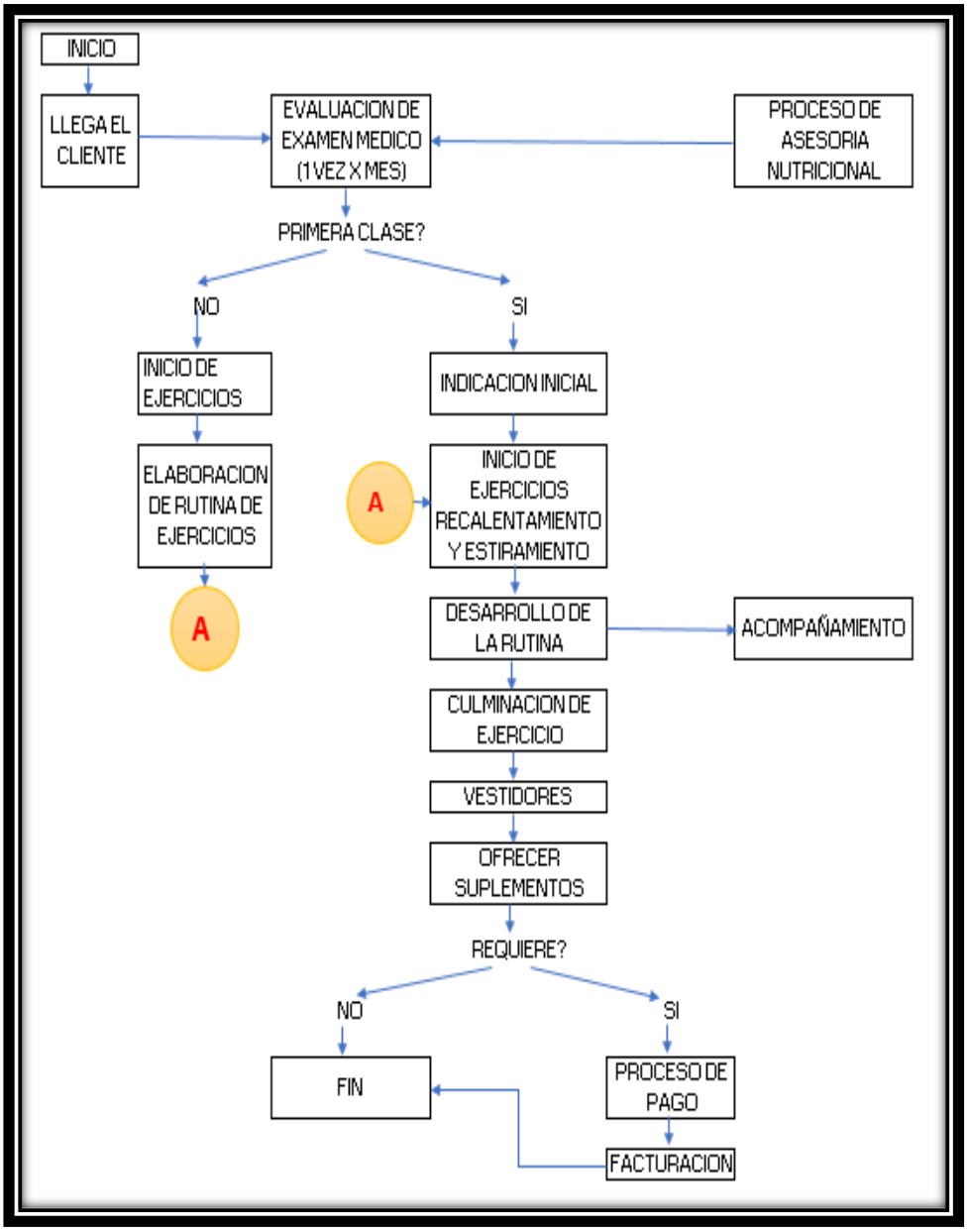


Figura N° 23 Flujo de Producción.
Fuente: Propia
Elaboración: Propia

2.3.2.1. Recepción

El cliente que ingresará al establecimiento será previamente atendido por la recepcionista y posteriormente por un entrenador de la empresa, el mismo que permanecerá durante el proceso de su rutina, controlando las condiciones de su rutina de ejercicios previamente establecidos.

2.3.2.2. Evaluación de examen médico y asesoría nutricional

Una vez inscrito el cliente se evaluará al momento de ingreso para poder ver su estado de salud y recomendarle los tipos de ejercicios que deberá realizar durante su entrenamiento, y las dietas necesarias para que el cliente logre alcanzar su objetivo.

2.3.2.3. Operaciones del Servicio

En esta etapa se le brindará los tipos de entrenamiento según el objetivo del cliente, se le brindará un asesoramiento personalizado, instrucción, orientación, de cada ejercicio que realizará durante sus entrenamientos, se creará una rutina la cual se cambiará dependiendo del progreso del cliente.

2.3.3. Producto o servicio terminado

Después del entrenamiento personalizado en el gimnasio, se obtendrán resultados a partir del primer mes, con las rutinas variadas y haciendo un seguimiento constante del cliente y control nutricional cada cierto tiempo, a la vez el cliente podrá pasar tiempo con sus hijos realizando una actividad física.

2.4. Localización del Proyecto

2.4.1. Macro localización:

La localización del gimnasio estará ubicada en la Provincia de Tacna debido a la cantidad de demanda por el servicio.



Figura N° 24 Macro localización del proyecto
Fuente: Google Mapas
Elaboración: Propia

2.4.2. Micro localización:

La micro localización del negocio será en el centro de la ciudad de Tacna ubicado en la Av. Leguía 1285



Figura N° 25 Macro localización del proyecto
Fuente: Google Maps
Elaboración: Propia

2.5. Capacidad Instalada Estimada

La capacidad de clientes que pretendemos tener en los primeros meses es entre 20 a 30 personas inscritas en los primeros dos meses dado que por temporada de otoño invierno existe pocas personas que van a ejercitarse y en lo que respecta a niños tenemos una capacidad similares dado que es una propuesta nueva en el rubro, en base a la publicidad y los resultados que daremos a nuestro clientes se tiene estimado que la cantidad de personas se incrementara en los meses de noviembre, diciembre, enero, febrero.

2.6. Infraestructura

1.1.1. Área recepción

- Oficina de 5m2.

1.1.2. Área de Producción(entrenamiento)

- Área 1 adultos; 40m2
- Área 2 niños 40m2

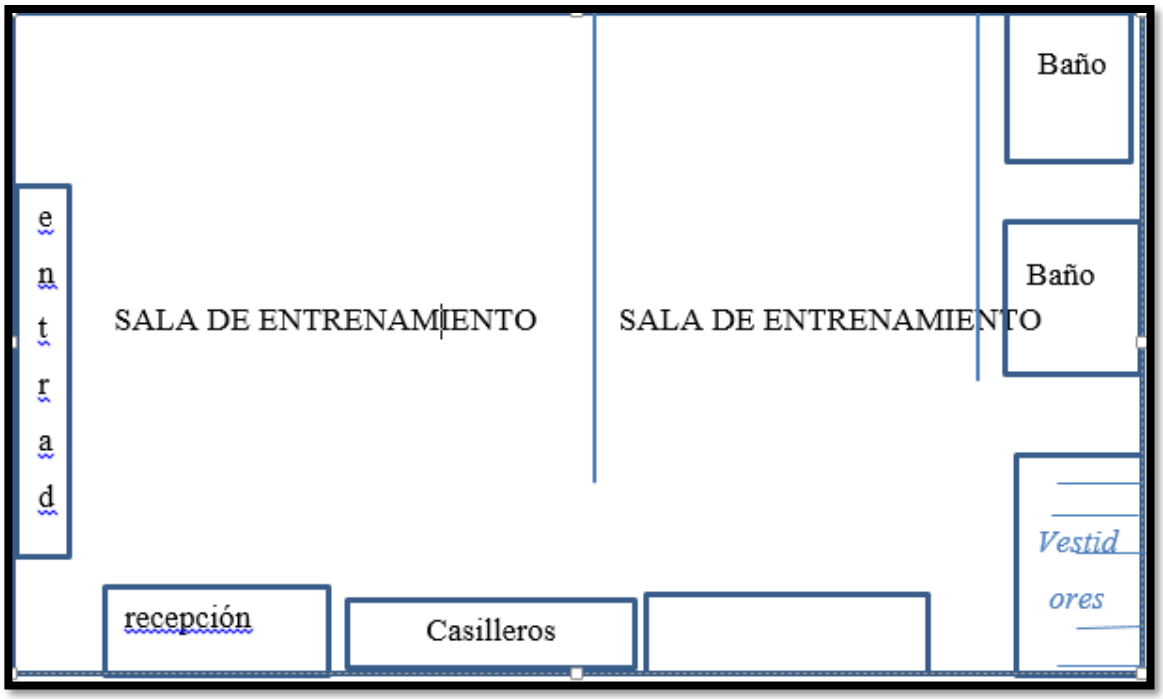
1.1.3. Área de vestidores y servicio higiénico

- Vestidores 20m2

2.7. Distribución del local

El área de la empresa será de 200 metros cuadrados divididas de la siguiente manera.

Figura N° 26 Prototipo del gimnasio



Fuente: Propia
Elaboración: Propia

2.8. Equipamiento

Para el presente proyecto se utilizará la siguiente maquinaria, así:

2.8.1. Equipamiento Área de Producción

DESCRIPCION	CANTIDAD	P.U	PRECIO TOTAL
ESCRITORIO	2	500.00	1,000.00
COMPUTADORA	1	850.00	850.00
ESTANTES	2	400.00	800.00
EXHIBIDOR	2	1,400.00	1,400.00
SILLAS	4	200.00	800.00
IMPRESORA	1	350.00	350.00
TOTAL			5,200.00

EQUIPO DE ENTRENAMIENTO			
EQUIPO DE ENTRENAMIENTO	CANTIDAD	P.U	TOTAL
SET DE 20 CONOS	30		70.00
SOGAS	15	20.00	300.00
DISCO DE 20 K CAUCHO	8	11.00	88.00
PESAS MANCUERNAS 40 KG EL PAR	8	200.00	1,600.00
BANCA RECTA	3	250.00	750.00
BANCA INCLINADA	3	250.00	750.00
STEP	15	70.00	1,050.00
BALONES MEDICINALES 8K	4	190.00	760.00
BALONES MEDICINALES 6K	4	165.00	660.00
BALONES MEDICINALES 3	4	102.00	408.00
ESCALERA PLIOMETRICA	4	55.00	220.00
PELOTAS PILATES 85CM	3	60.00	180.00
PELOTAS PILATES 65CM	4	40.00	160.00
JUEGO DE CAJAS (4) PLIOMETRICAS	3	850.00	2,550.00
BANDA DE SUSPENSIÓN FUNCIONA	8	90.00	720.00
CRONOMETRO DEPORTIVOS	4	30.00	120.00
COLCHONETA	15	150.00	2,250.00
SET KETTLEBELL 10K	2	800.00	1,600.00
BARRA CROMADA Z O RECTA	4	70.00	280.00
BARRA RECTA CROMADA OLÍMPICA	4	220.00	880.00
SOPORTE PARA MANCUERNAS	1	400.00	400.00
JAULA CROSFIT FUNCIONAL	1	2,000.00	2,000.00
PLAY STATION CON PISTA DE BAILA	4	350.00	1,400.00
TELEVISOR LED	3	1,200.00	3,600.00
PISO DE CAUCHO	1	300.00	300.00
EQUIPO DE SONIDO	2	500.00	1,000.00
TABLERO DE BAILE LUCES LED	4	300.00	1,200.00
TOTAL			25,296.00

Tabla 3 Equipos de entrenamiento y de oficina
Fuente: Maestro
Elaboración: Propia

3. Estudio Organizacional

3.1. Estructura Organizacional de la empresa

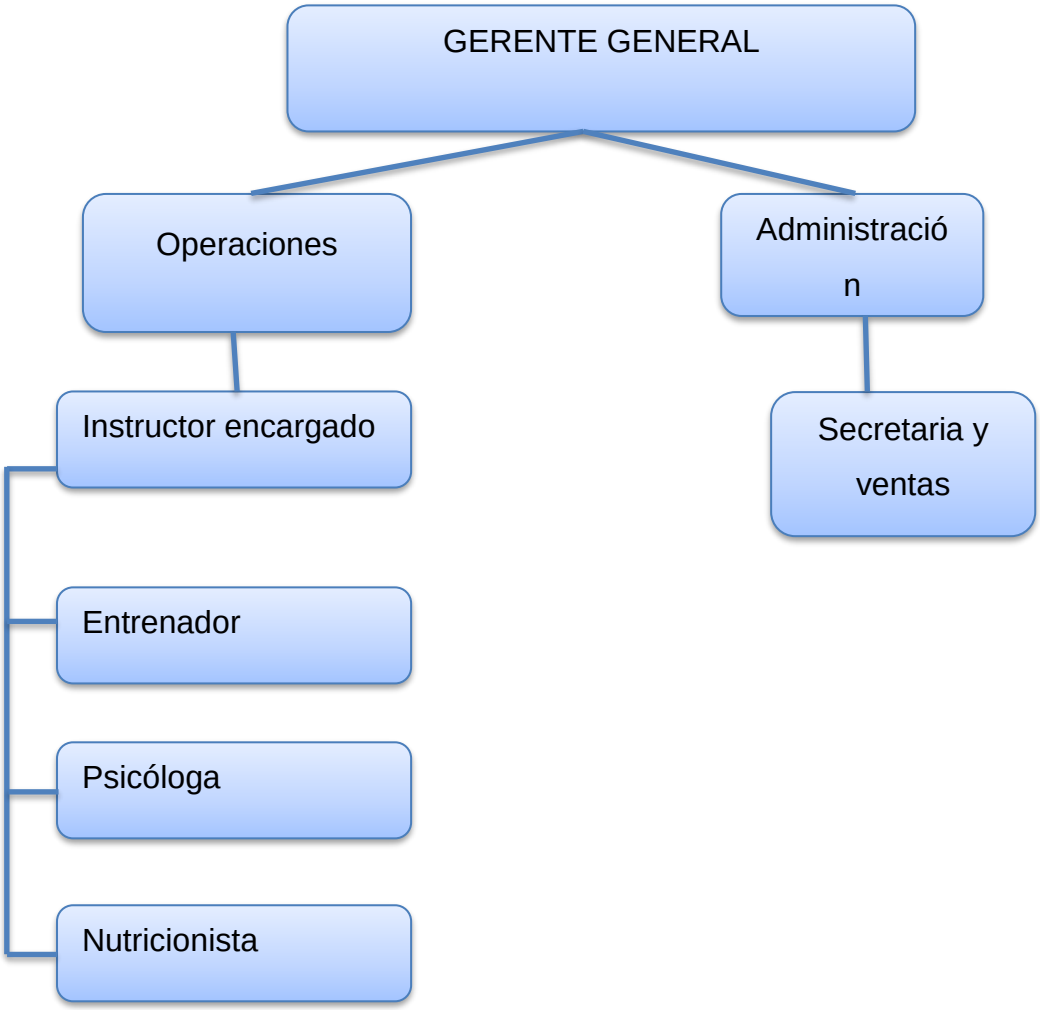


Figura N° 27 Organigrama del proyecto
Fuente: Propia
Elaboración: Propia

3.2. Descripción de los puestos

3.2.1. Gerente General:

Profesional graduado en contabilidad con experiencia en Sector Público.

- **Funciones:**
  - Administrar correctamente los recursos de la empresa.
  - Ser representante legal de la empresa ante las instituciones que las requiera.
  - Velar por la integridad del personal y la empresa.
  - Realiza la planificación de actividades mensuales y anuales.
  - Contactar proveedores.
  - Realizar alianzas con distintas instituciones.

3.2.2. Atención al cliente / recepción:

Se encargará de la publicidad y de las inscripciones de los clientes y la información del servicio brindado.

- **Funciones**
  - Hacer que el gimnasio de propague por todas las redes sociales para llegar a todas las personas.
  - Llevar el control de los bienes de la empresa.
  - Llevar el correcto control de los ingresos y salidas de dinero.
  - Recibirá y atenderá a los clientes y clientes potenciales.

3.2.3. Instructor encargado:

Se encargará de la supervisión y asesoramiento del cliente según un programa establecido de acuerdo a la necesidad del cliente.

- **Funciones:**
  - Encargado de entrenar a los clientes.
  - Hacer un Seguimiento de los clientes cada cierto tiempo.
  - Motivación constante a los clientes niños y adultos.
  - Cuidado de los equipos del local.

3.2.4. Entrenador:

Sera el encargado del seguimiento del cliente en sus ejercicios y rutinas con el fin de asegurar su objetivo.

- **Funciones**
  - Encargado de entrenar a los clientes.
  - Hacer un Seguimiento de los clientes cada cierto tiempo.
  - Motivación constante a los clientes niños y adultos.
  - Cuidado de los equipos del local.

3.2.5. Psicólogo eventual

Profesional encargado para motivación del cliente y charlas.

- **Funciones**
  - Encargado de brindar charlas eventuales para motivación que el cliente este motivado tanto personal como moralmente.

3.3. Requerimiento e inversión de personal

ÁREA	CARGO	NRO DE FUNCIONARIOS	MODALIDAD DE CONTRATACIÓN
GERENCIA GENERAL	GERENTE GENERAL	1	TIEMPO COMPLETO PLANILLA
ADMINISTRACIÓN	SECRETARIA Y VENTAS	1	TIEMPO COMPLETO PLANILLA
INSTRUCTOR ENCARGADO	INSTRUCTOR	1	TIEMPO COMPLETO PANILLA
PERSONAL	ENTRENADOR	1	MEDIO TIEMPO
	PSICÓLOGA	1	MEDIO PARCIAL RXH
	NUTRICIONISTA	1	MEDIO PARCIAL RXH

Tabla 4 cargos
Fuente: Maestro
Elaboración: Propia

4. Estudio Legal

4.1. Selección de la Persona Natural o Jurídica

Hemos escogido Sociedad Anónima Cerrada (SAC) está creada con un reducido número de personas que va de 2 a 20, quienes se conocen entre sí

y pueden ser naturales o jurídicas, y cuyas acciones se encuentra bajo la titularidad de familiares. (SUNAT, EMPRENDER SUNAT, 2018)

Características

- ✓ Será constituido por un mínimo de dos accionistas y un máximo de veinte.
- ✓ Se impone el derecho de adquisición preferente por los socios, salvo que el estatuto disponga lo contrario.
- ✓ Se constituye por los fundadores al momento de otorgarse la escritura pública que contiene el pacto social y el estatuto, en cuyo caso suscriben íntegramente las acciones.
- ✓ El Capital Social está representado por acciones nominativas y se conforma con los aportes (en bienes y/o en efectivo) de los socios, quienes no responden personalmente por las deudas sociales.
- ✓ Es una persona jurídica de Responsabilidad Limitada.
- ✓ No puede inscribir sus acciones en el Registro Público del Mercado de Valores.
- ✓ Predomina el elemento personal, dentro de un esquema de sociedad de capitales.
- ✓ Surge como reemplazo de la Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada S.R.L.

4.2. Selección del Régimen Tributario

Para nuestra empresa nos acogeremos al Régimen Especial del impuesto a la Renta (RER), en este régimen tributario se encuentran las personas con negocio y personas jurídicas que obtengan rentas provenientes de: Actividades de comercio y/o industria, entendiéndose por tales a la venta de los bienes que adquieran, produzcan o manufacturen, así como la de aquellos recursos naturales que extraigan, incluidos la cría y el cultivo y actividades de servicios.

Para estar en este régimen los ingresos netos anuales o el monto de adquisiciones anuales no debe superar los S/ 525.000. Asimismo, el valor de los activos fijos no debe superar los S/ 126.000, con excepción de predios y vehículos.

Además, no se puede exceder de 10 trabajadores por turno de trabajo.

Ventajas que te ofrece este Régimen Tributario:

Sólo llevas dos registros contables (Registro de Compras y Registro de Ventas).Sólo presentas declaraciones mensuales. No estás obligado a presentar declaraciones anuales.

Prórroga del pago del IGV - Ley N° 30524

Es una Ley que tiene por objeto facilitar al contribuyente la postergación del pago del IGV hasta por tres meses siempre que se encuentre dentro del alcance de la misma y cumpla los requisitos. (SUNAT, EMPRENDER SUNAT, 2019)

Requisitos:

- ✓ Las Ventas anuales se calculan sumando, respecto de los 12 períodos anteriores a aquél por el que se ejerce la opción de prórroga.
- ✓ No tener como titular a una persona natural o socios que hubieran sido condenados por delitos tributarios.
- ✓ No encontrarse en proceso concursal.
- ✓ No haber incumplido con presentar sus declaraciones y/o efectuar el pago de sus obligaciones del impuesto general a las ventas e impuesto a la renta al que se encuentren afectas, correspondientes a los doce (12) períodos anteriores, salvo que regularicen pagando o fraccionando dichas obligaciones en un plazo de hasta noventa (90) días previos al acogimiento. La SUNAT deberá otorgar las facilidades con un fraccionamiento especial.

¿Cuánto pagar?	Impuesto a la renta mensual: cuota de 1.5% de los ingresos netos mensuales
	Impuesto general a la ventas(IGV) mensual: 18%
¿Cuándo declarar y pagar?	De acuerdo al cronograma de obligaciones mensuales

Tabla 5 Cuota mensual
Fuente: Sunat
Elaboración: Propia

4.3. Otros Tramites

Los trámites que son de carácter general se exigen para la apertura de este negocio es:

- El pago de S/. 5.00 para la Búsqueda de Nombre en la SUNARP
- El pago de S/. 20.00 para la Reserva de Nombre en la SUNARP
- El pago por la elaboración de la minuta para la constitución de la empresa.
- La obtención del número RUC

4.3.1. LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

Para poner en marcha el negocio, se deberá solicitar la Licencia de funcionamiento, por eso es necesaria una certificación de un técnico que acredite que la adaptación del local se ha realizado de acuerdo a las normativas vigentes.

- ✓ Solicitud de declaración jurada
- ✓ Declaración Jurada
- ✓ Declaración jurada de condiciones de seguridad

- ✓ El pago por la licencia de funcionamiento de acuerdo al área del negocio que en este caso sería de S/. 170.50

5. Estudio Financiero

5.1. Inversión Inicial

Tabla 6 Inversión inicial del proyecto

N°		AREA		NS/.
1	INVERSION EN ACTIVOS			30,736.00
	1.1	INVERSION EN EL AREA DE PRODUCCION	25,296.00	
	1.2	INVERSION EN EL AREA DE ADMINISTRACION	5,200.00	
	1.3	INVERSION EN MARKETING Y PUBLICIDAD	240.00	
2		TRAMITES LEGALES		1,170.00
3		CAPITAL DE TRABAJO		13,000.00
4		IMPREVISTOS (10%)		4,490.60
			TOTAL	**49,396.60**

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5.2. Valor de Venta

Tabla 7 Valor de venta

SERVICIO	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL
ADULTO Y NIÑO	S/ 170.00	S/ 450.00	S/ 820.00
ADULTO	S/ 90.00	S/ 250.00	S/ 480.00
NIÑO	S/ 80.00	S/ 220.00	S/ 420.00
PROMOCION 2X1 ADULTO		S/ 450.00	S/ 820.00
PROMOCION 2X1 NIÑO		S/ 220.00	S/ 480.00

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5.3. Ingresos Proyectados en Soles

Tabla 8 Ingreso en soles

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
ADULTO Y NIÑO	38180	41220	40380	39930	41390
ADULTO	24670	24810	25920	26130	25130
NIÑO	11480	11200	11200	11300	12340
PROMOCION 2X1 ADULTO	34080	37390	37760	39400	37920
PROMOCION 2X1 NIÑO	4400	6160	5280	5720	5500
Total	**112810**	**120780**	**120540**	**122480**	**122280**

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5.4. Costos Proyectados por Unidad

Tabla 9 Costo del servicio

Ítem		Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Personal				
	1.1	ENTRENADOR	1	930.00	**930.00**
	1.2	ENTRENADOR	1	465.00	**465.00**
	1.3	NUTRICIONISTA	1	500.00	**500.00**
	1.4	PSICOLOGO	1	500.00	**500.00**

				TOTAL	**2,395.00**
2	Gastos Operacionales				
	1.1	PUBLICIDAD	1	80.00	**80.00**
				TOTAL	**80.00**
				Total	**2475.00**

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5.5. Gastos Proyectados Administrativos

Tabla 10 Gastos de administración

Ítem		Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	PERSONAL				
	1.1	GERENTE GENERAL	1	930.00	**930.00**
	1.2	RECEPCIONISTA	1	930.00	**930.00**
	1.3	SUMINISTROS			**50.00**
		TOTAL			**1,910.00**
2	GASTOS OPERACIONALES				
	2.1	LUZ	1	150.00	**150.00**
	2.2	AGUA	1	100.00	**100.00**
	2.3	INTERNET	1	80.00	**80.00**
	2.4	ALQUILER	1	1,500.00	**1,500.00**
					1,830.00
				Total	**3740.00**

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5.6. Gastos Proyectados de Comercialización

Tabla 11 Gasto proyectado del servicio

Ítem		Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Gastos operaciones				**300.00**
	1.1	PUBLICIDAD VIA WEB	1	200	**200.00**
	1.2	VOLANTES	1	100	**100.00**
				Total	**300.00**

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5.7. Flujo Económico

Tabla 12 Flujo económico

	Año 0	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Ingresos		112810	120780	120540	122,480.00	122280
Costos		31560	32143	36045	40,754.00	40457
Utilidad Bruta		81250	88637	84495	81726	81823
Gastos Administrativos		48600	48600	48600	48600	48600
Utilidad Operativa		32650	40037	35895	33126	33223
Impuestos		489.75	600.56	538.43	496.89	498.35
Depreciacion		3073.6	3073.6	3073.6	3073.6	3073.6
Inversion	-36396.6					
Capital de Trabajo	-13000					
Utilidad Neta	**-49396.6**	**30066**	**37564**	**33360**	**30549**	**30648**

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5.8. Análisis Económico

Tabla 13 Inversión inicial del proyecto

COK	10%
VAN	73,940.00
TIR	40%

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

CAPITULO IV
DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

1. Decisión de Inversión

Los indicares económicos que obtuvimos como resultado del análisis del presente plan de negocios fueron TIR = 40%, VAN = 73,940.00 mostrando que el proyecto es rentable de acuerdo a la realidad que se observa en la ciudad de Tacna, el lugar donde se va a aplicar el proyecto.

2. Recomendaciones

- ✓ Se recomienda implementar nuestro servicio con la incorporación de máquinas para que el cliente tenga más comodidad y obtenga resultados en alguna zona muscular en especial, a la vez hacer posibles alianzas con nuestros proveedores en la adquisición de suplementos deportivos para el mejor rendimiento de nuestros usuarios.
- ✓ Se recomienda también implementar un pequeño lugar donde puedan comer (cafetería) brindándole el servicio de las comidas nutricionales.

CONCLUSIONES

1) Se comprobó mediante el estudio del mercado que existen un alto índice de obesidad en la ciudad de Tacna que se viene generando desde la infancia, el problema clave de la obesidad en los adultos se da por falta de tiempo y en muchos casos en los deseos que el cliente tiene por ir a un gimnasio pero al ver que no tiene los resultados adecuados y no obtienen por el servicio una asesoría personalizada, dan por retirarse del gimnasio y regresar nuevamente a la vida sedentaria.
2) Se realizó un modelo de negocios, empleando el modelo CANVAS, identificando la propuesta de valor, el segmento de mercado, los costos, los ingresos, recursos el trato con el cliente, canales y demás ítems a considerar en la formulación del modelo.
3) Mediante la aplicación de las encuestas al segmento de mercado objetivo del negocio, se concluyó que con los resultados indican que la población se muestra predispuesta a adquirir el servicio.
4) Se estudió las características técnicas del negocio, desde los activos a usar, para la preparación física de igual forma los activos en administración son accesibles para el funcionamiento y el local donde se dará el servicio para que el proyecto pueda desarrollarse sin problema, de acuerdo a las necesidades del negocio.
5) A través de un organigrama se diseñó la estructura organizacional de la empresa, identificando tres puestos claves en el negocio en donde están

ubicados los inversionistas como; gerencia, instructor, y en la administración que está encargado de atención al cliente y ventas.

6) Se estudió los requerimientos legales para el funcionamiento de la empresa, constitución de la empresa como Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C) acogido al Régimen Tributario Régimen Especial del impuesto a la Renta (RER); considerando los trámites legales de formalización, licencia de funcionamiento, inspección técnica para cumplir con los requisitos para brindar el servicio en la ciudad.
7) Los indicadores económicos del proyecto, determinaron la viabilidad, y dio como muestra datos positivos para la inversión, dando como resultado; un TIR = 40%, VAN = 73, 940.00 con un COK del 10%, siendo rentable por los resultados da entender un incremento de ingresos en los próximos años.

BIBLIOGRAFIA

Ávila, A. (2018). que es el entrenamiento funcional? *entrenamiento funcional*.

Castillo, L. (03 de 08 de 2018). *sport life*. Obtenido de https://www.sportlife.es/entrenar/fitness/articulo/entrenamiento-funcional-en-que-consiste

comercio, D. e. (13 de 10 de 2018). *Tacna: obesidad en niños de la region casi triplica el promedio nacional*.

GESTION. (Mayo de 2019). *GESTION*. Recuperado el mayo de 2019, de SOCIEDAD ANONIMA CERRADA: https://gestion.pe/economia/empresas/sociedad-anonima-cerrada-sac-empresa-caracteristicas-constitucion-beneficios-nnda-nnlt-266153

Info@uopak.com. (2017). *UOPAK STORE*. Obtenido de https://uopakstore.com/blogs/news/crossfit-todo-lo-que-te-conviene-saber-lo-bueno-y-lo-malo

Ramirez, J. P. (2017). La obesidad en el Perú. *scielo*.

SUNAT. (2018). *EMPRENDER SUNAT*. Obtenido de http://emprender.sunat.gob.pe/como-inicio-mi-negocio

SUNAT. (Febrero de 2019). *EMPRENDER SUNAT*. Recuperado el mayo de 2019, de Regimen Especial de Renta - RER: http://emprender.sunat.gob.pe/como-me-conviene-

tributar?fbclid=IwAR0gZOLkhbLuqbxmnp8igDSUzC51aaQarQYgMM0engsKnmqdlQjcSiPygnY

ANEXOS

Cuadro N° 03: Inversión en Activos - Producción

EQUIPO DE ENTRENAMIENTO			
EQUIPO DE ENTRENAMIENTO	**CANTIDAD**	**P.U**	**TOTAL**
SET DE 20 CONOS	30		S/. 70.00
SOGAS	15	S/. 20.00	S/. 300.00
DISCO DE 20 K CAUCHO	8	S/. 11.00	S/. 88.00
PESAS MANCUERNAS 40 KG EL PAR	8	S/. 200.00	S/. 1,600.00
BANCA RECTA	3	S/. 250.00	S/. 750.00
BANCA INCLINADA	3	S/. 250.00	S/. 750.00
STEP	15	S/. 70.00	S/. 1,050.00
BALONES MEDICINALES 8K	4	S/. 190.00	S/. 760.00
BALONES MEDICINALES 6K	4	S/. 165.00	S/. 660.00
BALONES MEDICINALES 3	4	S/. 102.00	S/. 408.00
ESCALERA POLIMÉTRICA	4	S/. 55.00	S/. 220.00
PELOTAS PILATES 85CM	3	S/. 60.00	S/. 180.00
PELOTAS PILATES 65CM	4	S/. 40.00	S/. 160.00
JUEGO DE CAJAS (4) POLIMÉTRICAS	3	S/. 850.00	S/. 2,550.00
BANDA DE SUSPENSIÓN FUNCIONA	8	S/. 90.00	S/. 720.00
CRONOMETRO DEPORTIVOS	4	S/. 30.00	S/. 120.00
COLCHONETA	15	S/. 150.00	S/. 2,250.00
SET KETTLEBELL 10K	2	S/. 800.00	S/. 1,600.00
BARRA CROMADA Z O RECTA	4	S/. 70.00	S/. 280.00
BARRA RECTA CROMADA OLÍMPICA	4	S/. 220.00	S/. 880.00
SOPORTE PARA MANCUERNAS	1	S/. 400.00	S/. 400.00
JAULA CROSFIT FUNCIONAL	1	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00
PLAY STATION CON PISTA DE BAILA	4	S/. 350.00	S/. 1,400.00
TELEVISOR LED	3	S/. 1,200.00	S/. 3,600.00
PISO DE CAUCHO	1	S/. 300.00	S/. 300.00
EQUIPO DE SONIDO	2	S/. 500.00	S/. 1,000.00
TABLERO DE BAILE LUCES LED	4	S/. 300.00	S/. 1,200.00
TOTAL			S/. 25,296.00

Tabla 14 Inversión en activos - producción
Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Cuadro N° 04 : Inversión en Activos - Administración

EQUIPO DE ADMINISTRACION			
DESCRIPCION	CANTIDAD	P.U	PRECIO TOTAL
escritorio	2	500	1000
computadora	1	850	850
estantes	2	400	800
exhibidor	2	1,400.00	1,400.00
sillas	4	200.00	800.00
impresora	1	350	350
		TOTAL	5200

Tabla 15 Inversión en activos – administración
Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Cuadro N° 05: Inversión en Activos (publicidad)

N°	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	volantes	1	80	80.00
2	folletos	1	100	100.00
3	letrero	2	80	120.00
Total				300.00

Tabla 16 Inversión inicial del proyecto
Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Cuadro N° 05 : Trámites Legales

N°	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Constitución de la empresa	1	330	330.00
2	licencia municipal	1	620	620.00

3	inspección de defensa civil	1	220	220.00
			Total	1,170.00

Tabla 17 trámites legales
Fuente: Propia
Elaboración: Propia