



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**PLAN DE NEGOCIOS DE UN GIMNASIO PARA
ENTRENAMIENTO FUNCIONAL, IQUITOS, 2019**

Autora:

Bardales Gil, Claudia Karen

**Para optar el título profesional
de contador Público**

IQUITOS-PERÚ

2019

DEDICATORIA

A mis adorados padres, quienes desde pequeña me forjaron con una educación llena de valores y principios, por ser un apoyo constante en el camino de mi vida, apostando siempre en mí y en mis proyectos y metas.

Claudia Bardales

AGRADECIMIENTO

A mi querida madre, Gladys Gil, por su dedicación, por su esfuerzo para que pueda culminar mi carrera profesional y poder lograr mi objetivo, sin ella no hubiera sido posible concluir esta etapa de mi vida y poder lograr mi sueño. Mi eterna e infinita gratitud a ella. A los profesores de la Universidad Científica del Perú, por compartir sus conocimientos, en nuestra formación académica.

Claudia Bardales



Universidad Científica del Perú - UCP
Registrado en el Asiento N° 400010 de la Partida N° 11000310, Personas Jurídicas de Iquitos,
Superintendencia de los Registros Públicos - SUNARP

FACULTAD DE NEGOCIOS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Con Resolución Decanal N° 0335-2019-UCP-FAC- NEGOCIOS, del 09 de agosto del 2019, la Facultad de Negocios de la Universidad Científica del Perú-UCP, designa como Jurado Evaluador y Dictaminador de la Sustentación del Plan de Negocio: **PLAN DE NEGOCIO DE UN GIMNASIO PARA ENTRENAMIENTO FUNCIONAL, IQUITOS, 2019**, a los Docentes:

Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán
CPC Luis Paima Linares
CPC Luis Paiva Rocha

Presidente
Miembro
Miembro

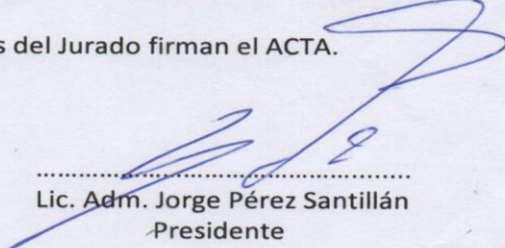
En el distrito de San Juan Bautista, siendo las 11:00 a.m. horas del día 13 del mes de Agosto del año 2019, en las instalaciones de la Universidad Científica del Perú-UCP, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa del Plan de Negocio, presentado por:

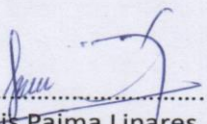
BARDALES GIL CLAUDIA KAREN

Como requisito para optar el título profesional de **Contador Público**. Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas las que fueron absueltas. El Jurado después de la deliberación en privado llegó a la siguiente conclusión:

La Sustentación es: APROBADO POR UNANIMIDAD

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el ACTA.


.....
Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán
Presidente


.....
CPC Luis Paima Linares
Miembro


.....
CPC Luis Paiva Rocha
Miembro

CALIFICACIÓN:

Aprobado (a) Excelencia	: 19 – 20
Aprobado (a) Unanimidad	: 16 – 18
Aprobado (a) Mayoría	: 13 – 15
Desaprobado (a)	: 00 – 12

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
RESUMEN.....	01
ABSTRACT.....	02
1. INFORMACIÓN GENERAL	
1.1 Nombre del negocio.....	03
1.2. Actividad empresarial.....	03
1.3. Idea del negocio.....	04
2. PLAN DE MARKETING	
2.1 Necesidades de los clientes.....	05
2.2 Demanda actual y tendencias.....	07
2.3 Oferta actual y tendencias.....	08
2.4 Programa de marketing.....	09
2.4.1. El producto.....	11
2.4.2. El precio.....	17
2.4.3. La promoción.....	12
2.4.4. La cadena de distribución.....	16
3. PLAN DE OPERACIONES	
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	17
3.2 El proceso de atención al cliente.....	18
4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	
4.1 La organización.....	20
4.2 Puestos, tareas y funciones.....	20
4.3 Condiciones laborales.....	23
4.4 Régimen tributario.....	23

5. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	
5.1 Estudio económico.....	24
5.2 Estudio financiero.....	26
CONCLUSIONES.....	29
BIBLIOGRAFÍA.....	30

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro N° 01 Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIIU	03
Cuadro N° 02 Proyección de la demanda, Iquitos 2019 (en miles)	09
Cuadro N° 03 Negocios con similares servicios en la ciudad de Iquitos 2019...	11
Cuadro N° 04 Precio de los servicios que brinda la empresa, 2019.....	12
Cuadro N° 05 Comportamiento del mercado tendencias y participación.....	24
Cuadro N° 06 Ingresos por ventas (soles).....	24
Cuadro N° 07 Gastos administrativos (soles).....	24
Cuadro N° 08 Gastos comerciales (soles)	25
Cuadro N° 09 Gastos pre operativos (soles).....	25
Cuadro N° 10 Inversión en activos (soles).....	25
Cuadro N° 11 Depreciación (soles).....	25
Cuadro N° 12 Programa de endeudamiento (soles).....	26
Cuadro N° 13 Estado de Situación Financiera (soles).....	27
Cuadro N° 14 Estado de Resultados integrales.....	27
Cuadro N° 15 Flujo de caja (soles)	30
Cuadro N° 16 VAN, TIR y BC	30

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura N° 01 Ubicación de la empresa, 2019	03
Figura N° 02 Personas realizando ejercicios.....	07
Figura N° 03 Personas que practican un deporte en Latinoamérica, 2017.....	08
Figura N° 04 Ejercicio funcionales para glúteos.....	10
Figura N° 05 Ejercicio funcionales para piernas, 2019.....	10
Figura N° 06 Diferencia entre entrenamiento simple y entrenamiento funcional	14
Figura N° 07 Logo de la empresa, 2019.....	11
Figura N° 08 Afiche con logo de la empresa, 2019.....	13
Figura N° 09 Polo con logo de la empresa, 2019.....	13
Figura N° 10 Llavero con logo de la empresa, 2019.....	14
Figura N° 11 Toma todo con logo de la empresa, 2019.....	14
Figura N° 12 Fan page de la empresa, 2019.....	16
Figura N° 13 Canal de distribución de la empresa, 2019.....	16
Figura N° 14 Proceso de aprovisionamiento de la empresa, 2019.....	17
Figura N° 15 Proceso de aprovisionamiento de la empresa, 2019.....	18
Figura N° 16 Estructura orgánica de la empresa de la empresa, 2019.....	18

PLAN DE NEGOCIOS DE UN GIMNASIO PARA ENTRENAMIENTO FUNCIONAL, IQUITOS 2019

Claudia Karen, Bardales Gil

RESUMEN

La empresa se encuentra en el rubro servicios; se dedicará a brindar un ambiente adecuado para realizar ejercicios funcionales, con un servicio personalizado y con la implementación de equipos básicos para un gimnasio.

El plan de marketing fue elaborado teniendo en cuenta las necesidades de los clientes, se ha diseñado la promoción con el fin de ganar la mayor cuota de mercado. Las redes sociales serán la principal herramienta de promoción. Se contará merchandising para nuestros clientes. La cadena de distribución es directa.

Los procesos, tomados como parte importante de una empresa, fueron elaborados de manera simple, eficiente, para garantizar un servicio de calidad que logré la satisfacción de las necesidades del cliente, al punto de superar sus expectativas.

La empresa cuenta con condiciones laborales justas que garanticen el cumplimiento de la legislación vigente y se preserve la calidad de vida de los colaboradores. Se acogerá el régimen laboral especial, al tratarse de una microempresa.

Los indicadores económicos y financieros del presente proyecto, nos presentan un valor actual neto (VAN) positivo y una tasa interna de retorno (TIR) aceptable, en cuanto a la relación Beneficio Costo (B/C) igualmente presenta cifras alentadoras, el flujo de caja muestra capacidad de pago para afrontar los compromisos en los 3 años.

Palabras claves: plan de negocios, ejercicio funcional, trainer, gimnasio.

BUSINESS PLAN OF A GYM FOR FUNCTIONAL TRAINING, IQUITOS 2019

Claudia Karen, Bardales Gil

SUMMARY

The company is in the services sector, will be dedicated to providing an adequate environment to perform functional exercises, with a personalized service and with the implementation of basic equipment for a gym.

The marketing plan was developed taking into account the needs of customers, the promotion has been designed in order to win the largest market share. Social networks will be the main promotional tool. Merchandising will be counted for our customers. The distribution chain is direct.

The processes, taken as an important part of a company, were elaborated in a simple, efficient way, to guarantee a quality service that achieved the satisfaction of the client's needs, to the point of exceeding their expectations.

The company has fair working conditions that guarantee compliance with current legislation and preserve the quality of life of employees. The special labor regime will be accepted, as it is a microenterprise.

The economic and financial indicators of this project present us with a positive net present value (NPV) and an acceptable internal rate of return (IRR), as regards the Cost Benefit (B / C) ratio, it also shows encouraging figures, the flow of Caja shows payment capacity to meet the commitments in the 3 years.

Keywords: Business plan, functional exercise, trainer, gym.

I. INFORMACION GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Nombre comercial: Apolo Gym

Razón social: Gimnasio Apolo SAC

Sector de la actividad: servicio de entrenamiento funcional

Localización: calle Nauta Nro. 884, distrito de Iquitos - provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Actividad: servicio

Figura 01: Ubicación de la empresa, 2019



Fuente: www.googlemaps.com

1.2 Actividad empresarial

Cuadro 01. Clasificación Industrial Internacional Uniforme

R	Actividades artísticas, de entretenimiento y deportivas.		
	93	Actividades deportivas, de esparcimiento y recreativas	
		931	Actividades deportivas
			9319 Otras actividades deportivas

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

1.3 Idea del negocio

Se busca satisfacer diversas necesidades. La primera comprende la necesidad de realizar ejercicios físicos y mentales a fin de lograr salud corporal, belleza física; también, satisfacer la integración familiar en un momento de practicar ejercicios en un grupo familiar. Las personas también buscan satisfacer sus necesidades de buena salud mental, con música agradable que incentive el cuerpo.

Los segmentos al cual se dirigen el producto son las personas, quienes de modo individual realizan sus ejercicios, también, los clientes son los grupos familiares, quienes desean integración familiar, haciendo ejercicio. Otro grupo son los amigos quienes hacen prácticas en equipos de manera personal.

Se brindarán varios tipos de máquinas y accesorios para ejercitar varias zonas del cuerpo. Se brindará un servicio que incluye asesoría personalizada, además de refrigerios, bebidas energizantes, como también se contará con duchas y servicios higiénicos. Los pagos serán mensuales y serán cancelados de forma adelantada, ya sea en efectivo o a través de medios de pagos electrónicos como tarjeta de débito y tarjeta de crédito.

II. PLAN DE MARKETING.

2.1 Necesidades de los clientes

En el capítulo anterior se detallaron, las necesidades de los clientes, como es satisfacer la necesidad de realizar ejercicios funcionales, en un lugar que cumpla todas las condiciones para ello, como son gimnasios. monitoreados por una persona preparada con el conocimiento deportivo, estructura fisiológica del cuerpo humano y otros temas.

En estos tiempos, la tendencia por la práctica de ejercicios para mantener una salud física y mental, presenta grupos de usuarios crecientes. Se practica algún deporte por tres objetivos, el primero con fines de salud y el segundo con fines estéticos y el tercero para estar satisfecho consigo mismo y el reconocimiento de la sociedad.

Por otro lado, la vida diaria de las personas, las tareas en el trabajo, los negocios hacen que las personas cada vez dispongan de poco tiempo para acudir a los gimnasios y realizar ejercicios integrales o completos. Es por eso que prefieren realizar ejercicios funcionales para ejercitar todas las partes del cuerpo.

El deporte nos permite aprender que para ganar hay que prepararse con disciplina, rigor y constancia porque de otra manera no hay forma de lograr el éxito. Practicarlo nos ayuda a mejorar la percepción subjetiva que tenemos de nuestro modo de vida: salud, amistades, capacidades, sentimientos positivos, etc.

También, enseña a no conformarnos con el nivel que poseemos sino a tratar de mejorarlo suscitando para ello la pasión por el trabajo. De hecho, nos ayuda a establecer normas para nosotros mismos y a exigirnos su cumplimiento, planificando las actividades de antemano y fijando prioridades.

A continuación, un resumen de practica de deporte:

- Resumiendo lo antes señalado, practicar algún deporte proporciona una gran cantidad de beneficios a las personas. Puede ayudar a desarrollar su autoestima y confianza como también, puede motivar a mejorar sus habilidades sociales.

- Mejora la forma y resistencia física.
- Regula las cifras de presión arterial.
- Incrementa o mantiene la densidad ósea.
- Mejora la resistencia a la insulina.
- Ayuda a mantener el peso corporal.
- Aumenta el tono y la fuerza muscular.
- Mejora la flexibilidad y la movilidad de las articulaciones.

Figura 02. Personas realizando ejercicios



Fuente: [google.com/search?q=practica+de+voley+en+el+peru+datos&rlz=1C1CHBD](https://www.google.com/search?q=practica+de+voley+en+el+peru+datos&rlz=1C1CHBD)

2.2 Demanda actual y tendencias.

Cuadro 02. Proyección de demanda, 2019 (en miles)

	Total	Urbana	Total urbano
Población distrito Iquitos	150,221	82%	123,181
Población distrito de San Juan Bautista	154,696	68%	105,193
Población distrito Punchana	91,128	70%	63,790
Población distrito Belen	75,685	80%	60,548
Población ciudad de Iquitos (censada al 2015)	471,730		352,712
Crecimiento promedio anual de la población			2%
Población ciudad de Iquitos (proyectada al 2019)			388,114
Población meta (18 y 55 años de edad 46.93%)			0.4693
Demanda inicial			182,142
Personas que en promedio asisten a un gimnasio 10%			0.10
Total personas que asisten a un gimnasio			18,214
Segmento C ciudad de Iquitos			25.00%
Segmento D ciudad de Iquitos			30.00%
Consumo del mercado objetivo (personas)			10,018

Fuente: elaboración propia

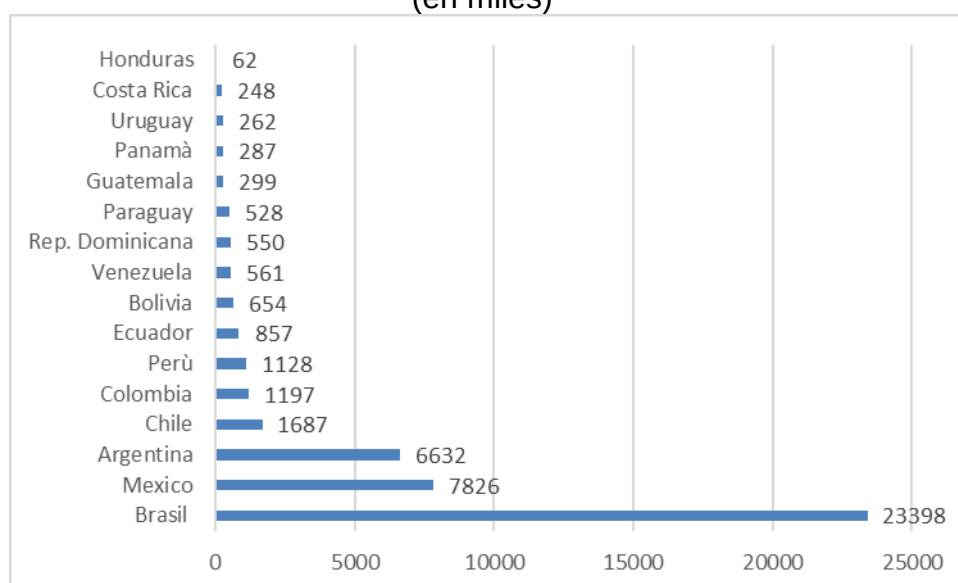
Hasta hace unos años, los que acudían a los gimnasios eran principalmente las personas del público A y B, y muy pocos del C. Sin embargo, en la actualidad cada día aumenta la participación del C porque el concepto que se tiene por estos establecimientos es son accesibles por su localización en lugares cercanos, menores precios y lugares flexibles

Los ejercicios funcionales están disponibles para todos los sectores populares de toda la ciudad. En la medida que las condiciones económicas del Perú mejoren, hay más posibilidades de que personas de diversos niveles socio económicos puedan acceder al servicio.

Se estima que en la actualidad 300mil personas asisten a gimnasio de las principales cadenas pequeños negocios, muchos van a establecimientos flexibles, donde el sistema es cobranza es por día que se asiste. Se espera que el sector tenga un crecimiento mucho más grande para los años siguientes.

A nivel de América Latina, el informe de International Health Racquet & Asociación Sportsclub - IHRSA, este sector en varios países, Brasil es el país con mayor cantidad de gimnasios, lo cual podríamos asociarlo a su magnitud demográfica. Más atrás se ubican México y Argentina, mientras que los mercados pujantes son Chile, Colombia y Perú.

Figura 03. Personas que practican un deporte en Latinoamérica, 2017
(en miles)



Fuente: www.ihrsa.org

En tiempos de estrés en los estudios, el ámbito empresarial e incluso en la política, el deporte se presenta como una buena práctica. Para el 79% de peruanos, realizar alguna actividad física es importante a fin de mantener una vida sana; sin embargo, solo el 39% la ejecuta. Esto muestra el gran potencial del sector para nuevos negocios a nivel del país, y de modo particular, en la ciudad.

2.3 Oferta actual y tendencia.

En estos tiempos la oferta de los gimnasios ha crecido considerablemente, tanto a nivel nacional como a nivel local, hay una variedad de gimnasios en nuestra ciudad, desde los conocidos Zumba, pasando por los fitness y los gimnasios propiamente dicho.

El boom por mantener buena salud presenta una tendencia creciente en todos los sectores de la población, motivo por el cual la oferta se vio incrementada considerablemente. La aparición de nuevas marcas ha hecho que la oferta presenta nuevos servicios, facilidades de pago, medios de pagos, entre otros factores que hicieron más atractivo el negocio.

En el cuadro siguiente se puede apreciar, los negocios similares en la ciudad de Iquitos. Negocios que innovaron su servicio, mucho de ellos también con ejercicios funcionales como el servicio que estamos proponiendo en el presente plan de negocios.

Cuadro 03. Negocios con similares servicios en la ciudad de Iquitos, 2019

Detalle	Unidad de medida	Empresas		
		Mary Couch	La Roca	Crofit
Ejercicios funcionales	hora	S/120.00	S/150.00	S/150.00

Fuente: elaboración propia

2.4 PROGRAMA DE MARKETING.

2.4.1 El producto

El servicio de ejecución de ejercicios funcionales, constantemente variados. Movimientos ligados a los hábitos de las personas, como saltar, correr, empujar, jalar, entre otros.

Cada día se establece una programación variada para cada día, distintita basada en desarrollar las facultades del cuerpo. Como fuerza, potencia, equilibrio, velocidad, resistencia cardiovascular, resistencia pulmonar, entre otros.

Es decir, no se entrenan un grupo de músculos aislados, sino que son rutinas de ejercicios donde se entrena todo el cuerpo en conjunto. Por ejemplo, las tablas de ejercicio funcionales ayudarán a ganar movilidad, resistencia y velocidad, tonificando todo el cuerpo a la vez.

Patrones de movimientos para el cuerpo humano:

- Empujes horizontales (press plano con mancuernas)
- Empujes verticales (press de hombro sentado)
- Tracciones horizontales (remo con barra)
- Tracciones verticales (dominadas)
- Dominantes de rodilla (sentadilla y variantes)
- Dominantes de cadera (peso muerto y variantes)
- Anti-extensión (plancha)
- Anti-rotación (press Pallof)
- Anti-flexión lateral (paseo del granjero o *farmer's walk*)

Figura 04. Ejercicios funcionales con suspensión trainer



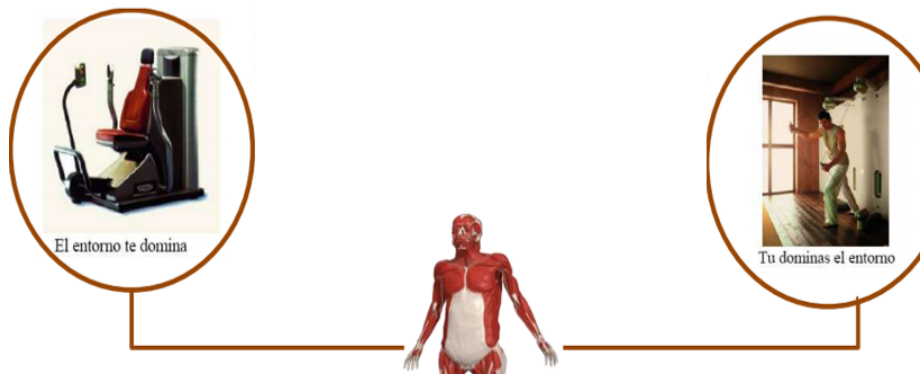
Fuente: www.google.com/search?q=Detalle+de+los+ejercicios+funcionales

Figura 05. Ejercicio funcionales, 2019



Fuente: google.com/search?q=Detalle+de+los+ejercicios+funcionales&rlz=1C1CHBD

Figura 06. Diferencia entre entranamiento simple y entranamiento funcional



Fuente: <http://www.cpatermi.com/resources/Entrenamiento+Funcional+2012.pdf>

Figura 07. Logo de la empresa, 2019



Fuente: elaboración propia

2.4.2 El precio

Los precios se determinarán en base a los costos de la empresa y los precios de la competencia del mercado local. El precio representa uno de los aspectos muy importante para las ventas. La finalidad es ganar la mayor cantidad de mercado en esta primera etapa.

a) Objetivos del precio.

El objetivo que se persigue con el presente plan de negocios es la de maximizar la cuota de mercado. Por ser un producto nuevo en el mercado, se pretende ganar la máxima cantidad de clientes.

Cuadro 04. Precio de los servicios que brinda la empresa al mes, 2019

Detalle	Unidad de medida	Precio (soles)
Ejercicio funcionales	Hora / durante un mes	120

Fuente: elaboración propia

2.4.3 La promoción.

a) Para el presente proyecto, los objetivos que perseguirá la empresa, como estrategia de la promoción, son los siguientes:

- Conocer: que el cliente conozca el excelente servicio que se le va a brindar y la ubicación del negocio, para ellos se utilizará el internet por ser el medio de mayor alcance y de menor costo.
- Persuadir: se brindará el servicio, descuentos y promociones a través del fan page, principal herramienta para la promoción de nuestros servicios, para una atención eficiente y eficaz al cliente.
- Preferencia: para todos los clientes que deseen contar con nuestro servicio.

b) Acciones de la promoción

Las acciones a realizar son las siguientes:

Nuestra promoción en esta primera etapa de introducción al mercado local será: ***“Reduce una mensualidad al 80%, invitando a un amigo o familiar”***.

Figura 08. Afiche con logo de la empresa, 2019



Fuente: elaboración propia

c). Acciones de la publicidad

Las acciones a realizar son las siguientes:

- Se entregarán obsequios como, polos y llaveros con el logo de la empresa.
- Spot radial y televisivo para el mercado local, en la emisora y radio más sintonizada por los clientes.
- Publicidad a través de las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter

Figura 09. Polo con logo de la empresa, 2019



Fuente: www.google.com/search?q=polo+verde+oliva+para+publicidad&

Figura 10. Llavero con logo de la empresa, 2019



Fuente: elaboración propia

Figura 11. Toma todo con logo de la empresa, 2019



Fuente: elaboración propia

Figura 12. Fan page de la empresa, 2019



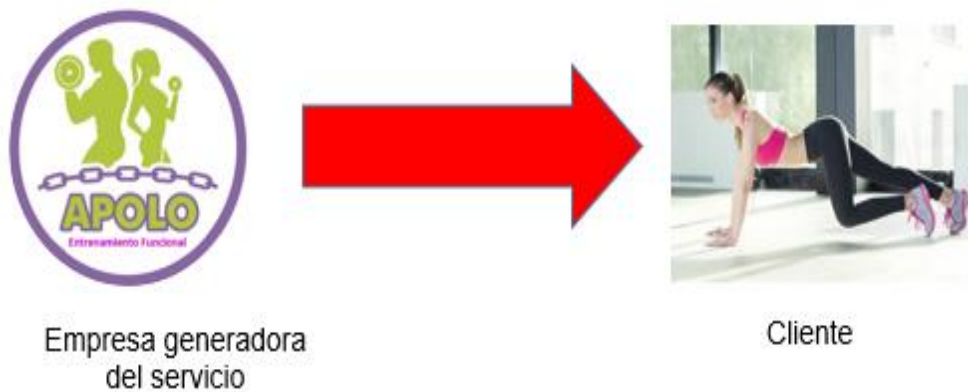
Fuente: elaboración propia

2.4.4 La Cadena de Distribución

a) Objetivo de distribución

La empresa se ubicará en Calle Nauta Nro. 884, distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú. Cabe mencionar que la cadena de distribución será directa, sin intermediarios.

Figura 13. Canal de distribución de la empresa



Fuente: elaboración propia

III. PLAN DE OPERACIONES

Los procesos cumplen un papel importante en la empresa, ya que ella necesita de bienes y servicios para el desarrollo diario de sus actividades. Se busca elaborar los servicios, de tal manera que satisfaga las necesidades del cliente.

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.

Para el desarrollo de las rutinas de los ejercicios funcionales, se necesita de artículos y accesorios, para el cual la empresa ha determinado los proveedores.

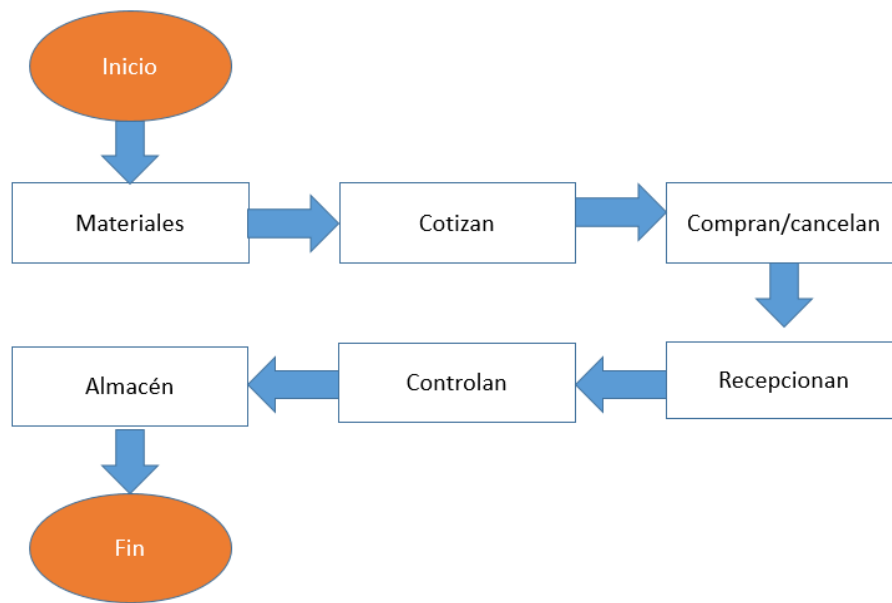
El área de compras será la encargada de hacer los contratos con proveedores, los mismos que deben cobrar las facturas por los bienes o servicios todos los jueves, por ser política de la empresa. Todas las empresas proveedoras se encuentran en la ciudad de Iquitos.

Dentro los proveedores tenemos:

- D todo ferretera SAC Ferretería Calle Sgto. Lores # 516
- Centro Comercial Alfa S.R.L., Bazar/Ferretería Calle Aguirre # 1247
- Centro comercial Quispe Ferretería Jr. Próspero # 935

En el grafico siguiente se puede observar el proceso de aprovisionamiento de la empresa. Esta empieza con las solicitudes de materiales al área de compras, el requerimiento de todos los materiales, accesorios, que se utilizan en el desarrollo de las actividades. Luego se pasa a cotizar, por lo menos en tres proveedores. Se debe evalúan algunos factores como precio, tiempo de entrega, facilidad, cantidad, permanencia, entre otros. Luego se procede a realizar la compra, que se materializa con la cancelación de la factura. Seguidamente, se recepciona la mercadería, para luego controlar, verificar, contar, medir o pesar. Por último, se da el ingreso al almacén.

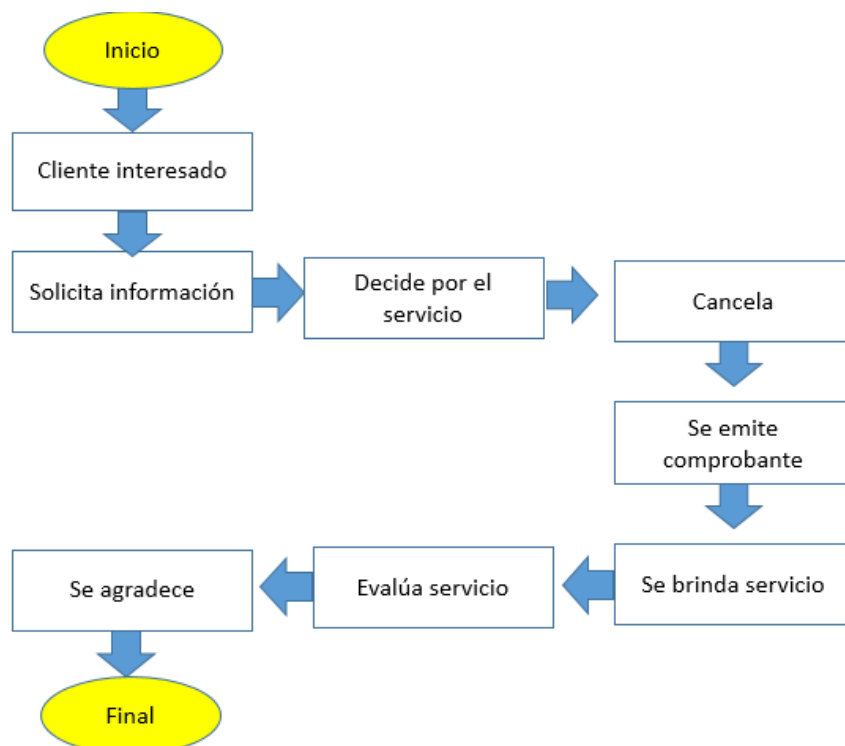
Figura 14. Proceso de aprovisionamiento de la empresa



Fuente: elaboración propia

3.2 El proceso del servicio al cliente.

Figura 15. Proceso de atención al cliente



Fuente: elaboración propia

Proceso de servicio al cliente:

1. Cliente interesado:

Al recibir información por diversos medios se despierta el interés en el cliente. Al acercarse al negocio o se comunica por medio de una llamada, un mensaje, un correo, un whatsapp, o a través de cualquier medio, cliente recibe mayor información con un trato con alta calidez.

2. Solicita información:

La información que se entrega al cliente comprenden, los horarios, rutinas, personal, costos, servicios complementarios (nutrición y otros).

3. Decide por el servicio:

Después de brindar la información completa, el cliente decide por el horario, costo y rutina. Es decir, escoge las condiciones que más le conviene.

4. Cancela:

Es este paso procede a cancelar, en efectivo, o a través de algún medio de pago.

5. Se emite comprobante:

Seguidamente se procede a emitir el comprobante de pagos, según las condiciones que el cliente exige.

6. Se brinda el servicio:

El cliente goza del servicio por un espacio de 30 días

7. Evalúa el servicio:

Cliente evalúa el servicio, que se va brindando día a día.

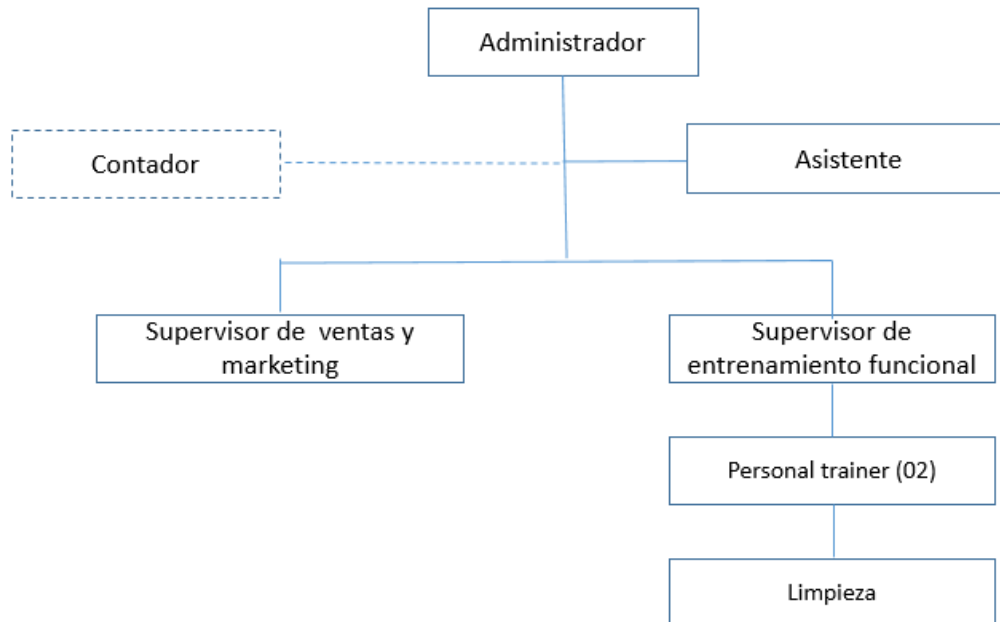
8. Se agradece:

Se procede a agradecer y se le invita a su pronto retorno

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.

4.1 La organización

Figura 16. Estructura organizacional de la empresa, 2019



Fuente: elaboración propia

4.2 Puestos y funciones

Puesto: Administrador

Funciones:

- Elabora el plan estratégico del gimnasio para los 3 años siguientes.
- Planifica las ventas, compras y operaciones diarias del gimnasio.
- Realiza las operaciones financieras, con entidades financieras. (Depósitos, pagos, retiros)
- Responsable de la asignación y el pago de las remuneraciones de los colaboradores
- Atiende las quejas, reclamos y observaciones de los clientes.
- Elabora el manual de organización y funciones de todas las áreas del gimnasio
- Supervisa el trabajo del personal de ventas y marketing y de entrenamiento funcional.

- h. Resuelve los conflictos que se originan dentro del gimnasio y su relación con los clientes y proveedores.
- i. Realiza evaluaciones periódicas del proceso de ventas y atención al cliente.
- j. Gestiona la seguridad del local y de sus bienes.

Puesto: Supervisor de ventas y marketing

Funciones:

- a. Planea y organiza el área de ventas para el cumplimiento de los objetivos del gimnasio.
- b. Elabora el plan de marketing del gimnasio
- c. Propone y sustenta al administrador el plan de marketing
- d. Utiliza los merchandising para posicionar el producto y mejorar las ventas
- e. Realiza el seguimiento post venta
- f. Reporta directamente al administrador.
- g. Realiza las activaciones de la empresa

Puesto: Supervisor de entrenamiento funcional

Funciones:

- a. Elabora la rutina de los entrenamientos funcionales, día a día.
- b. Trabaja coordinadamente con el personal trainer
- c. Supervisa y monitorea el trabajo del personal trainer
- d. En caso de ausencia del personal trainer, suplente el vacío.
- e. Atender las quejas y reclamos de los clientes
- f. Evaluar la productividad del personal trainer
- g. Elevar informe al administrador de la productividad del personal trainer.

Puesto: Asistente

Funciones:

- a. Responsable de atender las llamadas por las reservas de los horarios
- b. Encargada de brindar información sobre los servicios que cuenta la empresa.

- c. Encargada del cobro diario a los clientes
- d. Reporta el ingreso diario de la venta del día
- e. Deposita el dinero ingresado durante las 24 horas
- f. Coordina los pedidos con el jefe de cocina
- g. Emite los comprobantes de pagos según la solicitud del cliente
- h. Atiende las dudas, consultas, reclamo y quejas de los clientes.
- i. Reporta directamente al administrador
- j. Apoyo en todo lo solicitado por el administrador

Puesto: Personal trainer

Funciones:

- a. Brinda atención personalizada a cada uno de los clientes
- b. Explica la secuencia de entrenamiento para todos los clientes
- c. Apoya en la realización de los ejercicios a los clientes.
- d. Reporta directamente al supervisor de ejercicios funcionales
- e. Propone nuevos ejercicios funcionales
- f. Maneja un equipo de máximo 15 integrantes

Puesto: Limpieza

Funciones:

- a. Mantener completamente limpio los ambientes del gimnasio
- b. Solicitar a la administración los insumos y materiales para el aseo
- c. Llevar control de los insumos y materiales otorgados a su persona
- d. Responsable de realizar la limpieza a primeras horas del día
- e. Mantiene en custodia los bienes de terceros encontrados durante la limpieza.
- f. Es responsable de la limpieza de los equipos del gimnasio
- g. Reporta directamente al supervisor de ejercicios funcionales

4.3 Condiciones laborales

Se contará con las siguientes condiciones laborales:

- Todos los colaboradores contarán con contratos a tiempo completo.
- Se respetará la jornada laboral de 8 horas diarias o 48 semanales
- El colaborador tendrá derecho al descanso semanal o en días feriados
- Descanso vacacional
- La contabilidad será tercerizada con un estudio contable.
- Se cumplirá con otorgar todos los beneficios laborales, según lo establecido, a todos los colaboradores.
- La empresa se acogerá a la Ley 28015 Ley de promoción de la Micro y Pequeña empresa, previamente se registrará en el Remype.

4.4 Régimen tributario.

A continuación, se presentan 5 regímenes a los que se pueden acoger las empresas:

- Nuevo régimen simplificado - NRUS
- Régimen especial de renta –RER
- Régimen general
- Régimen de la amazonia
- Régimen Mype tributario – RMT

La empresa se acogerá al Régimen Mype Tributario – RMT (Tasa escalonada para el pago del impuesto a la renta del 1%), por lo siguiente:

- Es un régimen creado para las micros y pequeñas empresas
- Si los ingresos no superan las 300 UIT, (s/. 1,260,000= UIT de s/. 4,200 para el año 2019), la declaración y el pago es del 1% de los ingresos netos mensuales.

- En cuanto a los libros contables en el RMT si los ingresos netos anuales fueran hasta 300 UIT llevará:

- Registro de Ventas
- Registro de compras
- Libro Diario de formato Simplificado

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico.

Cuadro 05. Comportamiento del mercado: tendencias y participación

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Demanda actual anual (personas)	10,018		
Tendencia del mercado	0%	2%	2%
Demanda estimada anual (personas)	10,018	10,218	10,423
Participación de mercado	25.00%	30.00%	35.00%
Demanda del proyecto personas	2,504	3,065	3,648

Fuente: elaboración propia

Cuadro 06. Ingresos por ventas (soles)

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Ventas anuales	2,504	3,065	3,648
Precio mercado soles (hora/mes)	120.00	120.00	121.80
Tendencia del precio	0%	1.5%	1.5%
Precio de venta efectiva (hora/mes)	S/.120.00	S/.121.80	S/.123.63
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.300,534	S/.373,372	S/.450,977

Fuente: elaboración propia

Cuadro 07. Gastos administrativos (soles)

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,600	S/. 1,900	S/. 2,000
Supervisores	2	3	3
Sueldo mensual	S/. 1,500	S/. 1,700	S/. 1,800
Personal trainer	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,400	S/. 1,600	S/. 1,700
Asistente/limpieza	2	3	3
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,100	S/. 1,200
Remuneraciones del personal	S/. 9,800	S/. 10,300	S/. 11,000
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneración total mensual	S/. 10,649	S/. 11,193	S/. 11,953
Contador	S/. 250	S/. 300	S/. 350
Servicios públicos	S/. 300	S/. 320	S/. 350
Útiles oficina	S/. 200	S/. 220	S/. 250
Otros	S/. 200	S/. 250	S/. 300
Total mensual	S/. 11,599	S/. 12,283	S/. 13,203
TOTAL ANUAL	S/.139,192	S/.147,392	S/.158,440

Fuente: elaboración propia

Cuadro 08. Gastos comerciales (soles)

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Publicidad	S/. 900.00	S/. 1,200.00	S/. 1,500.00
Alquiler local	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Promociones	S/. 300.00	S/. 350.00	S/. 350.00
Otros	S/. 200.00	S/. 300.00	S/. 400.00
Total mensual	S/. 1,400.00	S/. 1,850.00	S/. 2,250.00
TOTAL ANUAL	S/.16,800.00	S/.22,200.00	S/.27,000.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 09. Gastos pre operativos (soles)

	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Estudio de mercado	S/. 800.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Trámites diversos	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 2,000.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 10. Inversión en activos (soles)

	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local/implementacion	S/. 90,000	1	S/. 90,000	20	S/. 4,500
Equipos	S/. 5,000	1	S/. 5,000	5	S/. 1,000
Vehículos	S/. 4,000	1	S/. 4,000	5	S/. 800
Muebles	S/. 6,000	1	S/. 6,000	5	S/. 1,200
Total			S/. 105,000		S/. 7,500

Fuente: elaboración propia

Cuadro 11. Depreciación (soles)

	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Residual
Depreciación activo fijo	S/.105,000.00	-S/.7,500.00	-S/.7,500.00	-S/.7,500.00	S/.82,500.00
Amortización activo intangible	S/.2,000.00	-S/.400.00	-S/.400.00	-S/.400.00	S/.800.00
TOTAL	S/.107,000.00	-S/.7,900.00	-S/.7,900.00	-S/.7,900.00	S/.83,300.00

Fuente: elaboración propia

5.2 Estudio financiero.

Cuadro 12. Programa de endeudamiento (soles)

Deuda a tomar	S/. 130,000			
35.00% Anual		2.0%	mensual	
		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	130,000	2,600	3,611	6,211
2	126,389	2,528	3,611	6,139
3	122,778	2,456	3,611	6,067
4	119,167	2,383	3,611	5,994
5	115,556	2,311	3,611	5,922
6	111,944	2,239	3,611	5,850
7	108,333	2,167	3,611	5,778
8	104,722	2,094	3,611	5,706
9	101,111	2,022	3,611	5,633
10	97,500	1,950	3,611	5,561
11	93,889	1,878	3,611	5,489
12	90,278	1,806	3,611	5,417
		26,433	43,333	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	86,667	1,733	3,611	5,344
14	83,056	1,661	3,611	5,272
15	79,444	1,589	3,611	5,200
16	75,833	1,517	3,611	5,128
17	72,222	1,444	3,611	5,056
18	68,611	1,372	3,611	4,983
19	65,000	1,300	3,611	4,911
20	61,389	1,228	3,611	4,839
21	57,778	1,156	3,611	4,767
22	54,167	1,083	3,611	4,694
23	50,556	1,011	3,611	4,622
24	46,944	939	3,611	4,550
		16,033	43,333	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	43,333	867	3,611	4,478
26	39,722	794	3,611	4,406
27	36,111	722	3,611	4,333
28	32,500	650	3,611	4,261
29	28,889	578	3,611	4,189
30	25,278	506	3,611	4,117
31	21,667	433	3,611	4,044
32	18,056	361	3,611	3,972
33	14,444	289	3,611	3,900
34	10,833	217	3,611	3,828
35	7,222	144	3,611	3,756
36	3,611	72	3,611	3,683
		5,633	43,333	
		48,100	130,000	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 13. Estado de Situación Financiera (soles)

	Año 0	Año 1
Activo corriente	S/45,080	S/118,754
Caja Bancos	S/45,080	S/106,231
Cuentas por cobrar		S/12,522
Inventarios		S/0
Activo no corriente	S/107,000	S/99,100
TOTAL ACTIVO	S/152,080	S/217,854
Pasivo corriente		S/0
Pasivo No Corriente	S/130,000	S/86,667
TOTAL PASIVO	S/130,000	S/86,667
Capital	S/22,080	S/22,080
Utilidades retenidas		
Resultado del ejercicio		S/109,107
TOTAL PATRIMONIO	S/22,080	S/131,187
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/152,080	S/217,854

Fuente: elaboración propia

Cuadro 14. Estado de resultados integrales (soles)

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Ingresos por ventas	S/.300,534	S/.373,372	S/.450,977
Costo ventas	S/.0	S/.0	S/.0
Margen Bruto	S/.300,534	S/.373,372	S/.450,977
Gastos administrativos	-S/.139,192	-S/.147,392	-S/.158,440
Depreciación y amortización	-S/.7,900	-S/.7,900	-S/.7,900
Gastos comerciales	-S/.16,800	-S/.22,200	-S/.27,000
Margen operativo	S/.136,642	S/.195,880	S/.257,637
Gastos financieros	-S/.26,433	-S/.16,033	-S/.5,633
Margen antes de tributos	S/.110,209	S/.179,846	S/.252,004
Tributos	-S/.1,102	-S/.1,798	-S/.2,520
Margen neto	S/.109,107	S/.178,048	S/.249,484

Fuente: elaboración propia

Cuadro 15. Flujo de caja (soles)

	Año 0	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.300,534	S/.373,372	S/.450,977	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.107,000				S/.83,300
Capital de trabajo	-S/.45,080	-S/.23,448	-S/.14,676	-S/.3,234	S/.86,437
Compras		S/.0	S/.0	S/.0	
Gastos administrativos		-S/.139,192	-S/.147,392	-S/.158,440	
Gastos comerciales		-S/.16,800	-S/.22,200	-S/.27,000	
Pago impuestos		-S/.1,366	-S/.1,959	-S/.2,576	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.152,080	S/.119,728	S/.187,145	S/.259,727	S/.169,737
Préstamo recibido	S/.130,000				S/.0
Amortización		-S/.43,333	-S/.43,333	-S/.43,333	
Gastos financieros		-S/.26,433	-S/.16,033	-S/.5,633	
Escudo fiscal		S/.264	S/.160	S/.56	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.22,080	S/.50,226	S/.127,939	S/.210,817	S/.169,737
FCE	-S/.152,080	S/.119,728	S/.187,145	S/.429,464	
FCF	-S/.22,080	S/.50,226	S/.127,939	S/.380,554	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 16. VAN, TIR y B/C

VAN económico	S/.252,870
Tasa de descuento (CAPM)	29.05%
TIR Económica	105%
Indice B/C	2.66
VAN Financiero	S/.244,149
Tasa de descuento (WACC)	34.14%
TIR Financiero	345%
Indice B/C	12.06

Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES:

- a) En cuanto al plan de marketing las estrategias se dirigirán a satisfacer diversas necesidades de los clientes, la comunicación utilizará las herramientas de promoción con son las redes sociales. El precio se establecerá por hora/mes y con flexibilidad para que el cliente pague por la cantidad de horas que realmente asistió. La estrategia de promoción buscar conseguir nuevos clientes para ganar mercado. El merchandising en el local mostrará un conjunto de máquinas y equipos.
- b) En el plan de operaciones se ha considerado procesos de adquisición de máquinas en el mercado local. Se realizará mantenimiento permanente a las maquinas del gimnasio.
- c) En el plan de recurso humanos, la estructura orgánica de la empresa se ha considerado básica, diseñada para la micro empresa. Se ha establecidos las funciones para cada puesto de la empresa. Se respetará la jornada laboral de 8 horas diarias, con el fin de brindar calidad de vida a los colaboradores. La empresa se acogerá al régimen especial laboral.
- d) En cuanto al plan económico financiero, los estados financieros han sido proyectado para los 3 siguientes años, los mismos que arrojan ratios positivo al proyecto. El análisis arroja un valor actual neto (VAN) positivo de **Doscientos cincuentidos mil y 00/100 soles (S/. 252,870.00)**, con una tasa interna de retorno (TIR) de **105%**, y la relación Beneficio Costo (B/C) igual a **2.66**, que indica que por cada sol invertido se recuperará la inversión más **dos con 66/100 soles de utilidad**. Estos indicadores muestran que el negocio es viable

BIBLIOGRAFÍA:

- Aguirre, Arnaldo. Solo 39% de peruanos practica deporte, la mayoría dice no hacerlo por falta de tiempo. Diario Gestión, D.L. (05 de agosto de 2017)
- Clasificación Industrial Internacional Uniforme en https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesM/seriesm_4rev4s.pdf Extranjero, 2013.
- Dominick Salvatore, "Microeconomía", 2ª edición, Ed. Mc Graw-Hill; México, D.F., 1987. Pág.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2008. *Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda. Lima, Perú. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2008. IV Censo Nacional Económico por departamento. Lima, Perú.*
- International Health Racquet & Asociación Sportsclub – IHRSA, 2018.
- Tamayo y Tamayo, Mario. El proceso de la investigación científica. 4ed. Bogotá: Limusa, 2002, Pág. 57