



UNIVERSIDAD POLITECNICA DE NICARAGUA (UPOLI)

ESCUELA DE NEGOCIO

BEST LIFE GYM

**PLAN DE NEGOCIOS ELABORADO COMO REQUISITO DE CULMINACION DE
ESTUDIO DE LA CARRERA PERTENECIENTE A LA ESCUELA DE NEGOCIO**

ELABORADO POR:

**Adriano de Jesús Gadea Ortiz
Claudia Elizabeth López Cardoza
Génesis Fabell Ordoñez Guzmán
Cinthia Daniela Reyes Melo
Pablo Octavio Velásquez Castillo**

Managua, Nicaragua

Noviembre, 2019

ÍNDICE

1. Objetivos.....	1
1.1. Objetivo general	1
1.2. Objetivos específicos	1
2. Aporte del proyecto a la economía nacional/local	1
3. Perfil estratégico.....	2
3.1. Misión.....	2
3.2. Visión	2
3.3. Giro del negocio	2
4. Plan de marketing.....	3
4.1. Análisis externo.....	3
4.1.1. Ambiente económico.....	3
4.1.1.1. Producto interno bruto	3
4.1.1.2. Inflación	4
4.1.1.3. Sueldos y salarios.....	4
4.1.1.4. Tasa de interés	5
4.1.2. Ambiente político legal	6
4.1.3. Ambiente socio cultura.....	7
4.1.3.1. Variables demográficas	7
4.1.3.2. Hábitos de consumo	8
4.1.3.3. Estilo de vida	8
4.1.4. Ambiente tecnológico.....	9
4.1.5. Análisis ambiental	10
4.2. Análisis del sector	11
4.2.1. Amenaza de nuevos ingresos.....	11
4.2.1.1. Barreras de entradas arancelarias y no arancelarias.....	11
4.2.2. Poder de negociación de los proveedores	12
4.2.2.1. Diferenciación de oferta	12
4.2.2.2. Cantidad de proveedores.....	12
4.2.2.3. Costos de sustitución.....	12
4.2.3. Poder de negociación de los compradores	12
4.2.3.1. Cantidad de compradores.....	12
4.2.3.2. Nivel de información de compradores.....	13
4.2.3.3. Comportamiento de compra	13
4.2.4. Productos sustitutos.....	13
4.2.4.1. Análisis de la oferta.....	13
4.2.5. Rivalidad entre los competidores existentes	13
4.2.5.1. Cantidad de los competidores	13
4.3. Investigación de mercado	14
4.3.1. Informe de investigación	14

4.3.1.1.	Antecedentes y definición del problema	14
4.3.1.2.	Justificación del problema.....	15
4.3.1.3.	Necesidades de la información.....	16
4.3.1.4.	Objetivos de la investigación	16
4.3.2.	Metodología	16
4.3.2.1.	Tipo de investigación	16
4.3.2.2.	Fuentes de datos	17
4.3.2.3.	Población y muestra	17
4.3.2.4.	Instrumentos de recolección de datos	17
4.3.2.5.	Selección de la muestra.....	18
4.3.3.	Análisis de los resultados.....	18
4.4.	Decisiones estratégicas del marketing.....	20
4.4.1.	Descripción del servicio.....	20
4.4.1.1.	Flor de servicio	21
4.4.1.2.	Ciclo de vida del servicio	22
4.4.1.3.	Niveles de servicio	22
4.4.1.4.	Propuesta de valor.....	23
4.4.1.5.	Branding	23
4.4.1.6.	Nombre	23
4.4.1.7.	Logotipo	24
4.4.1.8.	Tipografía.....	24
4.4.1.9.	Color	24
4.4.2.	Análisis de la competencia.....	25
4.4.2.1.	FITCLUB NICARAGUA.....	25
4.4.2.2.	SULSA TAEKWONDO.....	26
4.4.2.3.	TRY FITNESS NICARAGUA	26
4.4.2.4.	BE FIT NICARAGUA	27
4.4.3.	Objetivos del marketing.....	27
4.4.4.	Descripción del mercado meta.....	27
4.4.5.	Demanda y participación del mercado	28
4.4.5.1.	Demanda	28
4.4.5.2.	Oferta.....	32
4.4.5.3.	Participación del mercado.....	32
4.4.6.	Estrategias de marketing.....	35
4.4.7.	Estrategia de posicionamiento	35
4.4.8.	Estrategia de segmentación de mercado.....	36
4.4.9.	Plan de acción.....	36
4.4.9.1.	Acciones de producto (servicio).....	36
4.4.9.2.	Acciones de precio.....	37
4.4.9.3.	Acciones de promoción.....	37

4.4.9.4. Acciones de distribución	38
4.4.9.5. Proyecciones de ventas.....	38
5. Plan de producción.....	40
5.1. Objetivos	40
5.1.1. Objetivo general	40
5.1.2. Objetivos específicos	40
5.2. Justificación.....	40
5.3. Cursograma del servicio.....	40
5.3.1. Descripción del proceso.....	40
5.3.2. Flujograma de producción.....	42
5.4. Activos fijos	43
5.4.1. Requerimientos	43
5.4.2. Términos y condiciones de la compra de equipos	45
5.4.2.1. Compra de equipos.....	45
5.4.2.2. Balance de los requerimientos de activos fijos	50
5.4.2.3. Gastos de mantenimiento	51
5.4.3. Vida útil de los activos.....	54
5.4.4. Capacidad planificada y futura	56
5.4.5. Costo totales del servicio	57
5.4.5.1. Mano de obra directa.....	58
5.4.5.2. Mano de obra indirecta	59
5.4.5.3. Proyección de salarios de la mano de obra directa	59
5.4.5.4. Proyección de salarios de la mano de obra indirecta.....	60
5.4.5.5. Determinación de los salarios con sus prestaciones	60
5.4.5.6. Proyección de los salarios con sus prestaciones.....	61
5.4.6. Gastos generales de la empresa	62
6. Plan de organización y gestión.....	64
6.1. Forma de la empresa	64
6.2. Estructura organizacional.....	68
6.2.1. Cultura y clima organizacional	69
6.2.2. Funciones y organigrama de la empresa	70
6.2.2.1. Funciones	70
6.2.2.2. Organigrama	73
6.3. Actividades y gastos operativos	74
7. Plan financiero.....	77
7.1. Plan financiero y presupuesto de inversión inicial	77
7.1.1. Presupuesto de inversión inicial.....	77
7.1.2. Estructura de costo	77
7.1.3. Presupuesto de ventas.....	78
7.2. Estado de resultado proyectado.....	78

7.3.	Flujo de fondos descontado	79
7.4.	Flujo de efectivo proyectado	80
7.5.	Balance general	80
7.6.	Programa de devolución del préstamo	81
7.7.	Punto de equilibrio	83
7.8.	Indicadores financieros	84
7.8.1.	Razones financieras.....	84
7.8.2.	Valor actual neto	85
7.8.3.	Tasa interna de retorno.....	85
7.8.4.	Relación costo beneficio y período de recuperación.....	86
7.9.	Análisis de sensibilidad	86
8.	Referencias bibliográficas.....	89
9.	Anexos	90
10.	Glosario	117

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla #1 Aspectos generales del mercado	28
Tabla #2 Demanda en porcentaje de la población total	29
Tabla #3 Crecimiento poblacional del área geográfica elegida	29
Tabla #4 Demanda actual y futura	29
Tabla #5 Demanda actual y futura en términos monetarios	30
Tabla #6 Demanda potencial en términos de personas	31
Tabla #7 Demanda potencial en términos monetarios	31
Tabla #8 Participación del mercado actual y futuro.....	32
Tabla #9 Períodos del mercado demandar nuestro servicio de entrenamiento	33
Tabla #10 Períodos del mercado a demandar el servicio de cuidado de hijo mientras entrenan	34
Tabla #11 Períodos del mercado a demandar el servicio de saunas	35
Tabla #12 Tipos de servicios que se ofrecen	39
Tabla #13 Servicios demandados	39
Tabla #14 Ingresos anuales	39
Tabla #15 Ingresos anuales con IVA.....	39
Tabla #16 Flujograma del servicio.....	42
Tabla #17 Equipo de oficina.....	43
Tabla #18 Equipo de atención al cliente.....	44
Tabla #19 Equipo y maquinaria para el servicio.....	44
Tabla #20 Especificaciones de la maquinaria y equipo.....	45
Tabla #21 Financiamiento del plan de negocio	50
Tabla #22 Gastos de mantenimiento.....	51
Tabla #23 Gastos de mantenimiento por maquinaria en términos monetarios	53

Tabla #24 Vida útil y depreciación de los activos fijos.....	54
Tabla #25 Capacidad planificada y futura	57
Tabla #25 Costos del servicio ofrecido.....	58
Tabla #26 Salario bruto de la mano de obra directa.....	58
Tabla #27 Salario bruto de la mano de obra indirecta.....	59
Tabla #28 Proyecciones de salarios bruto de la mano de obra directa	59
Tabla #29 Proyecciones de los salarios brutos de la mano de obra indirecta.....	60
Tabla #30 Planilla salarial de la empresa.....	61
Tabla #31 Detalle del costo del personal con sus prestaciones.....	61
Tabla #32 Gastos generales de la empresa.....	62
Tabla #33 Actividades relacionadas a la legalización de la empresa	64
Tabla #34 Actividades relacionadas a la infraestructura	66
Tabla #35 Actividades relacionadas a la DGI e INSS	67
Tabla #36 Actividades relacionadas a la Alcaldía de Managua	67
Tabla #37 Actividades de los gastos de la legalización e iniciación de la empresa	74
Tabla #38 Presupuesto de inversión inicial	77
Tabla #39 Estructura de costos en general	78
Tabla #40 Proyecciones de la ventas o ingresos	78
Tabla #41 Estado de resultado proyectado.....	79
Tabla #42 Flujos de fondos descontados.....	79
Tabla #43 Flujo de caja proyectado	80
Tabla #44 Balance general proyectado.....	81
Tabla #45 Cálculo de la Cuota de préstamo	81
Tabla #46 Amortización por el préstamo del banco	82

Tabla #47 Interés y capital por año del préstamo.....	83
Tabla #48 Punto de equilibrio.....	84
Tabla #49 Razones financieras.....	84
Tabla #50 Valor actual neto	85
Tabla #51 Tasa interna de retorno	85
Tabla #52 Relación costo beneficio y período de recuperación	86
Tabla #53 Servicios ofrecidos e ingresos.....	87
Tabla #54 Punto críticos del plan financiero.....	87
Tabla #55 Cambio del precio de venta.....	87
Tabla #56 Afectación de puntos críticos financiero por cambio de precio de venta	88

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura #1 Fórmula de la muestra	18
Figura #2 Logotipo de la empresa.....	24
Figura #3 FitClub Nicaragua	25
Figura #4 Logo de FitClub Nicaragua.....	25
Figura #5 Salsa Taekwondo.....	26
Figura #6 Try Fitness Nicaragua	26
Figura #7 Be Fit Nicaragua	27
Figura #8 Organigrama de la empresa.....	73

I. RESUMEN EJECUTIVO

BEST LIFE GYM es una empresa de servicios dirigida a todas las personas mayores de 16 años, estará ubicada en Carretera a Masaya en el distrito V de la capital de Managua, se contará aproximadamente con 10 colaboradores e instalaciones adecuadas para la satisfacción de los clientes.

El propósito es funcionar como un gimnasio que va más allá de las rutinas comúnmente conocidas, especializándose en brindar a los clientes un servicio de calidad donde se obtengan resultados en el menor tiempo posible.

El objetivo de este emprendimiento es conseguir la confianza y fidelidad de la población ofreciéndole un servicio que le brinde la salud y cuerpo deseados, considerando alrededor del 70% de la población nicaragüense está expuesta al sobre peso, debido a los hábitos alimenticios y la falta de ejercitación del cuerpo.

El gimnasio se diferencia de la competencia actual, porque cuenta con un SAUNA, con el fin mejorar la cantidad de beneficios que nuestros clientes reciban.

La atención será de buena calidad ya que se contará con una recepcionista capaz de dar respuesta inmediata a las preguntas de los clientes. Así también se contará con una nutricionista encargada de diagnosticar el estado de los clientes y brindar las recomendaciones adecuadas para lograr sus objetivos.

La maquinaria a utilizar será de la mejor calidad ya que contará con tecnología avanzada. Los entrenadores serán profesionales y capacitados en el funcionamiento de los equipo, a fin de lograr ventajas sobre la competencia y generar preferencia en los usuarios. Para lograr posicionar el negocio en el mercado usaremos tecnología publicitaria a través de redes sociales, televisión, mantas publicitarias y volantes.

AGRADECIMIENTO

El agradecimiento de la elaboración de este plan de negocios es dirigido primordialmente a nuestro señor Jesucristo que nos brinda salud, sabiduría y la inteligencia necesaria para desarrollar con gran empeño esta culminación de estudio.

En segundo lugar agradecemos nuestros padres y familiares que nos ayudaron económicamente y apoyaron con palabras de animación para cumplir la meta, a nuestros tutores por tener la paciencia y la voluntad de instruirnos, así mismo agradecemos a nuestros maestros que nos brindaron la enseñanza y ayuda a lo largo del periodo de estudio.

Así también agradecemos a nuestros compañeros de clases por compartir múltiples momentos; de alegría, de tristeza y por apoyarnos mutuamente para concluir nuestro plan de estudio y lograr obtener la licenciatura.

DEDICATORIA.

Es de nuestro agrado dedicar este plan de negocios a nuestro Dios por permitirnos vivir este momento tan especial y lograr concluir nuestra carrera universitaria, siempre estaremos agradecidos con Dios por darnos la inteligencia y la fortaleza y por los logros futuros que vendrán.

Dedicamos también de manera especial a nuestros padres que nos guiaron y nos apoyaron emocional y económicamente, de igual forma se lo dedicamos a nuestros hermanos, tíos, y demás familiares que han estado de cerca desinteresadamente formando parte de nuestro esfuerzo. Así también se lo dedicamos a nuestras amistades que han formado parte de nuestra vida y han creído firmemente que nuestras metas serán alcanzadas con la ayuda de Dios.

Por otra parte, dedicamos el plan negocio a los tutores por guiarnos y brindarnos de sus conocimientos como personas altamente calificadas con el propósito de crear futuros profesionales capaces de mejorar tanto económicamente, social y éticamente.

1. OBJETIVOS

1.1. OBJETIVO GENERAL

- 1) Determinar la rentabilidad de un negocio de gimnasio que combine sauna húmeda que inspire motivación y contribuya a la salud física-corporal a todas las personas que desean alcanzar sus objetivos.

1.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- 1) Elaborar un plan de marketing para identificar el entorno exterior e interior a fin de determinar el mercado insatisfecho.
- 2) Promover un ambiente de comodidad y seguridad tanto a los clientes como al personal.
- 3) Determinar las condiciones e instalaciones adecuadas que necesitamos para ofrecer nuestro servicio a los clientes.
- 4) Determinar la factibilidad y recuperar la inversión del negocio mediante un plan financiero.

2. APORTE DEL PROYECTO A LA ECONOMIA NACIONAL/LOCAL.

Con la puesta en marcha del proyecto la economía local tendrá aportes ya que generara nuevas transacciones, empleos, utilidades y movimiento de capital. Específicamente favorecerá la reducción del desempleo, ya que genera 15 nuevos empleos a personas de diferentes profesiones, por ende percibirán nuevos ingresos que pueden ser utilizados para el consumo, ahorro o inversión.

Diferentes instituciones del estado recibirán el pago de impuestos por parte de la empresa; la alcaldía de Managua recibirá pagos de impuestos sobre bienes inmuebles (IBI) y pago de impuestos municipal sobre ingresos (IMI) entre otros, la Dirección General de Ingreso (DGI) recibirá el pago de los impuestos sobre la renta y demás impuestos generados por las transacciones financieras.

Por otra parte se beneficiara el seguro social nicaragüense ya que obtendrá nuevos ingresos que serán utilizados para mejorar la calidad de vida de la población, asimismo el sistema financiero nacional tendrá diferentes beneficios generados por la apertura de cuentas corrientes, cuentas de ahorro y diferentes transacciones que fortificaran el capital disponible para nuevos préstamos, por tanto el nuevo proyecto servirá de estímulo a la economía promoviendo la inversión y el consumo.

3. PERFIL ESTRATEGICO

3.1. MISION

Somos una empresa de servicios que contribuye a la actividad física mediante ejercicios y nutrición, dedicados a las personas que desean mejorar su condición de salud.

3.2. VISION

Ser una empresa reconocida a nivel departamental a partir de los planes de entrenamiento y alimenticios que se implementan a nuestros clientes a fin de crear personas capaces de inspirar a otras mediante el cuidado de su cuerpo.

3.3. GIRO DEL NEGOCIO

BEST LIFE GYM será una empresa de servicios que se especializara en rutinas de ejercicios personalizadas, este contara con médicos generales especializados en salud corporal y alimenticia en la que los clientes tendrán acceso con el fin de garantizar su bienestar. Además tendremos servicios para personas que lleguen acompañados con niños que tendrán la oportunidad de realizar sus rutinas mientras sus pequeños son distraídos en un lugar especializado para niños que estará incluido en las mismas instalaciones.

4. PLAN DE MARKETING

4.1. ANALISIS EXTERNO

4.1.1. AMBIENTE ECONOMICO

4.1.1.1. Producto Interno Bruto (PIB)

Actualmente Nicaragua ha tenido una economía recesiva a partir de 2018 hasta la fecha, según datos del BCN en el cuarto trimestre de 2018, la economía nicaragüense registró una disminución interanual de 7.7 por ciento y la evolución promedio anual se redujo a 3.8 por ciento en los datos originales, según la estimación preliminar del PIB trimestral.

Por el enfoque del gasto, la variación interanual del PIB estuvo determinado por impulsos de la demanda externa neta, con un aporte marginal de 12.6 puntos porcentuales. Por su parte, la demanda interna contrarrestó dicha evolución con un aporte de -20.3 puntos porcentuales debido a la contracción del consumo y de la inversión.

Por el enfoque de la producción, la evolución interanual del PIB estuvo asociada a aumentos en el valor agregado de agricultura (11.3%), explotación de minas y canteras (4.4%), electricidad (4.3%), pecuario (3.0%), agua (2.9%), enseñanza (2.8%), salud (2.2%), e industria manufacturera (0.2%); y contrarrestada por disminuciones en construcción (-33.7%), hoteles y restaurantes (-32.4%), comercio (-19.4%), intermediación financiera (-14.1%) y transporte y comunicaciones (-13.0%), entre otros.

El consumo mostró una disminución interanual de 8.4 por ciento (-4.5% en el acumulado), como resultado de la disminución del consumo privado y del consumo público.

La formación bruta de capital (FBK) disminuyó 31.6 por ciento. La formación bruta de capital fijo (FBKF) o inversión fija mostró una disminución de 26.7 por ciento (-19.7% en el acumulado), igual tendencia se registró en los inventarios. La inversión fija privada registró una disminución de 29.5 por ciento (-21.4% en el acumulado), resultado de disminuciones en construcción (-19.8%), maquinaria y equipo (-41.3%) y otras inversiones (-6.5%). Por su parte, la inversión fija pública registró una contracción de 19.9 por ciento (-15.4% en el acumulado), como resultado de

reducción es en sus componentes: construcción (-12.4%), maquinaria y equipo (-47.6%),y otras inversiones (-32.8%.

4.1.1.2. Inflación

la inflación interanual subyacente, resultó de 6.21 por ciento (4.35% en agosto2018), debido principalmente al comportamiento de los precios de productos de la división de Bebidas alcohólicas y tabaco que mostraron una variación interanual de 33.43 por ciento, seguido por los productos de la división de Bienes diversos con 9.06 por ciento, y de la división de Alimentos y bebidas no alcohólicas con 6.82 por ciento.

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) de agosto mostró una disminución mensual de 0.03 por ciento (-0.24% en agosto2018), explicado principalmente por el comportamiento de los precios en algunos bienes y servicios de las divisiones de Alimentos y bebidas no alcohólicas (-0.62%); Transporte (-0.55%); Restaurantes y hoteles (-0.10%);los cuales contribuyeron en conjunto con -0.265 puntos porcentuales a la variación observada. En cambio, la división de Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, mostró un aumento de 0.78 por ciento, para una contribución positiva de 0.071 puntos porcentuales.

El IPC Managua mostró un aumento de 0.02 por ciento (-0.17% en agosto 2018). Las divisiones que contribuyeron al resultado fueron Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles; Recreación y cultura; y Salud, con un aporte conjunto de 0.105 puntos porcentuales. Asimismo, los productos que registraron las mayores contribuciones positivas fueron: pollo en pieza, tarifa de energía eléctrica, ajo, entre otros. No obstante, se observaron bienes y servicios con variaciones y contribuciones negativas, tales como: la naranja, gasolina, platos preparados para llevar, las papas, entre otros.

4.1.1.3. Sueldos y salarios

Según el ministerio de trabajo el salario mínimo a finales del 2018 se sitúa en 4,204 en el sector agropecuario, 7,441 sector de minas, 5,526 industria manufacturera, 7,383 sector de electricidad, gas y agua, 8,858 sector de construcción, 7,391 sector de

comercio, 7,283 sector de transporte y almacenamiento, 8,935 sector financiero, 5,490 sector servicios comunales, sociales y personales.

El Banco Central de Nicaragua (BCN) publicó el 12 de abril de 2019, las estadísticas del mercado laboral (empleo y salario) correspondientes al mes de febrero de 2019.

Los registros administrativos del INSS indican que en febrero la cantidad de asegurados se ubicó en 755,908 trabajadores, menor en 16.5 por ciento con respecto a febrero del año pasado. En términos interanuales, la cantidad de asegurados disminuyeron en todas las actividades económicas, observándose las mayores reducciones en: comercio (-34.6%); construcción (-33.5%); financiero (-18.9%); y transporte, almacenamiento y comunicaciones (-15.0%).

Asimismo, se observó que el salario promedio nominal de los afiliados se ubicó en 10,941.7 córdobas, registrando un crecimiento interanual de 5.3 por ciento. Por su parte, el salario promedio real de los afiliados mostró un incremento interanual de 1.8 por ciento.

4.1.1.4. Tasas de interés.

Según informe del banco central de Nicaragua al mes de agosto de 2019 las tasas pasivas promedio para depósito de ahorro en córdoba ha aumentado a 5.99% en comparación a diciembre de 2018 que fue de 5.35%. Al igual que la tasa promedio para depósito de ahorro en dólares aumento a 5.48% en comparación a diciembre de 2018 que fue de 4.68% es decir ha aumentado en términos porcentuales lo que promueve de alguna forma la cultura del ahorro.

Las tasas activas que cobran los bancos para préstamos a corto plazo en promedio es de 12.90% es decir disminuyo en comparación con el año anterior que fue de 13.40%. Las tasas promedio en córdobas para préstamos a largo plazo es de 12.32% es decir disminuyo en comparación a diciembre de 2018 que fue de 13.93%. Las tasas activas en dólares a corto plazo en promedio es de 11.79% es decir aumento en comparación con el año anterior que fue de 10.98%. Las tasas activas en dólares a largo plazo en promedio es de 11.56% es decir aumento en comparación con el año anterior que fue de 10.92%.

4.1.2. AMBIENTE POLITICO LEGAL

Para que el GYM entre en funcionamiento es necesario tramitar los respectivos permisos de legalización:

1. Inscribir la compra del bien o inmueble ante el registro público de bienes y muebles de Nicaragua de acuerdo a lo establecido en la ley 698 ley general de registro en su artículo 63, este a su vez puede ser registrado como persona natural o bien como persona jurídica.
2. Obtener el número de registro único contribuyente (RUC) en la DGI.
3. Inscripción en el Instituto Nicaragüense de Seguridad Social.
4. Registrarse en la Dirección General Servicios Aduaneros (DGA) en el sistema de registro de importaciones directas ya que se estarán importando equipos de calidad que no contamos en nuestro país.

El sistema político de la empresa se desarrollara de acuerdo a las oportunidades que existan en nuestro mercado y la rentabilidad que tengamos, nuestra empresa está regida por el marco legal MIPYME.

Actividades Jurídicas de la empresa:

1. **El pago de los impuestos:** Debido a que la empresa pertenece al rubro de servicios sector terciario deberá contar con el pago de los impuestos estos se realizara mensualmente a las delegaciones correspondientes como son la DGI y la alcaldía de Managua se le pagara el 1% mensual sobre el monto total de los ingresos brutos percibidos de acuerdo a la ley correspondiente de cada una de las instituciones ya que somos una empresa pequeña.
2. **Seguro a nuestros colaboradores:** De acuerdo a las normas y políticas de nuestro país la empresa le dará a cada trabajador su afiliación al seguro por medio del INSS este cubrirá: Enfermedad, accidente laborales o de tránsito, invalidez parcial o total incluso hasta la muerte.
3. **Prestaciones para cada trabajador:** La empresa siguiendo la estructura normativa de acuerdo a la ley 185 del código del trabajo donde se establecen los deberes y derecho de los empleadores hacia la empresa, así como la empresa hacia los trabajadores donde se le deberá darle los siguientes beneficios: Pago de horas Extras, Vacaciones y Aguinaldo

4. Higiene y Seguridad: La empresa ofrece a cada colaborador un ambiente con todas las medidas de higiene y seguridad para que estos puedan desarrollarse en un ambiente integro, sano y libre de peligro dándoles las siguientes medidas:

- ✓ Compra de máquinas y herramientas de calidad con buena seguridad
- ✓ Ubicación de las maquinas en zonas adecuadas
- ✓ Suelos antideslizantes y fáciles de lavar
- ✓ Efectuar periódicamente el mantenimiento adecuado de cada una de las máquinas de nuestro establecimiento
- ✓ Mantener el local con buena limpieza y excelente ventilación con espacios amplios para todas las personas que están dentro del local
- ✓ Señalizar y dejar libres de objetos que puedan afectar las salidas de Emergencias
- ✓ Contar con excelente personal de seguridad para la tranquilidad de las personas que están en nuestras instalaciones

Todo esto en cumplimiento de la Ley 618 de Higiene y Seguridad que su principal objetivo es verificar que se le brinde a cada colaborador la seguridad necesaria para la óptima realización de sus labores.

4.1.3. AMBIENTE SOCIO CULTURAL

4.1.3.1. VARIABLES DEMOGRAFICAS

El proyecto estará ubicado en la ciudad de Managua, capital de Nicaragua, esta posee una población de 1,509,123, esta a su vez se subdivide en diferentes municipios, siendo el municipio de Managua donde haremos énfasis para los posteriores estudios, este tiene una extensión territorial de 267km cuadrados y una población estimada en el año 2017 de 1,045,912 habitantes siendo el 90% de esta urbana y el 10% rural.

El municipio de Managua a su vez se divide en siete distrito siendo específicamente el distrito V donde estará ubicado el futuro proyecto este distrito es el más poblado de la capital con una población estimada de 213,845 habitantes y una extensión territorial de 49 km cuadrados. Esta zona es caracterizada por ser de gran circulación vehicular, posee zonas comerciales, barrios y residencias de clase media, por tanto se considera

viable ofrecer un servicio que beneficie la salud de los habitantes, y en términos más específicos, hay 1,278 habitantes en el sector de “Las Colinas”.

4.1.3.2. HÁBITOS DE CONSUMO

Actualmente vivimos en un mundo cambiante desde el pensamiento tecnológico a las tradiciones culturales, Nicaragua específicamente la zona urbana se caracteriza por consumir productos azucarados, grasosos, y no se toma en cuenta los perjuicios que esto causa a la salud, se prefiere por tanto comprar comida chatarra en vez de alimentos saludables sin duda por muchas razones y la más atribuida a este caso los ingresos disponibles del consumidor que le resulta más factible. Todo esto ha traído como consecuencia la mayor parte de la población expuesta a exceso de peso, por tanto se necesita hacer uso de la tecnología para innovar y ofrecer servicios accesibles que beneficien la salud de la población.

4.1.3.3. ESTILO DE VIDA

El distrito V de Managua cuenta con 156 barrios de los cuales 39 son Residenciales, 38 barrios populares, 12 urbanizaciones Progresivas, 61 asentamientos espontáneos y 6 comarcas, este distrito ha demostrado un importante crecimiento urbano donde han surgido en los últimos años urbanizaciones de tipo santuario dirigido a clase social de mayores ingresos económicos el principal sector de este distrito es Carretera a Masaya aquí será donde se ubicara nuestro negocio ya que está rodeada de importantes pistas, es una zona muy ordenada la que se caracteriza por un comercio dirigido a la clase alta y media y es la cara más moderna de la ciudad .

La actividad económica radica principalmente en el sector comercio y servicio ya que existen muchos ministerios públicos y privados, se encuentran las sedes centrales de los Bancos de Nicaragua y áreas recreativas para todo tipo de edades. La mayor parte de ingresos económicos que adquiere el Distrito V, es debido al índice significativo del comercio lo cual ha hecho que este Distrito sea uno de los más densamente poblados en Managua, motivo por el cual la población ha ido asentándose a sus alrededores, para una mejor calidad de vida y así obtener el bienestar social, esto involucra a los

miembros más jóvenes de sus familias formando parte de los diferentes empleos formales e informales de la ciudad.

4.1.4. AMBIENTE TECNOLÓGICO

Nicaragua, en cuanto a su ambiente tecnológico, es un línea que va en crecimiento pero muy lento, es decir, las tecnologías que actualmente es la mejor en el país, para otros ya es vieja o es obsoleta, debido a que la mayoría de dichas maquinarias o avances, se importan y esto a su vez, genera un altísimo costo a la hora de su compra internacional.

Nicaragua posee una estructura productiva con bajo nivel tecnológico y baja diversificación productiva. Más de 77% de nuestros productos de exportación tienen bajo valor agregado y nuestro sistema educativo no está acorde con las cadenas de valor tecnológico a nivel internacional. Dependemos de vender productos de bajo valor agregado y aunque se tiene las máquinas adecuadas, están son importadas en cadenas internacionales. Y con referente a la inversión en la investigación y desarrollo tecnológico de acuerdo al Banco Central de Nicaragua, el país tiene una escasez tecnológico en comparación a otros países latinoamericanos, solo se invierte el 0.5% del PIB en busca de nuevas tecnologías.

A medida que pasa el tiempo, la tecnología se va actualizando, y dicho progresos tecnológicos nos afectaría a la demanda de nuestra empresa como gimnasio/nutrición en relación con los servicios ofrecidos. Se debe establecer y mantener una relación de costo-beneficio debido que entre más tecnología cuente nuestras instalaciones los precios aumentaría considerablemente y estos no podrían ser muy competitivos con respecto a otros gimnasios.

Con respecto a la tecnología, esta no solo se considera que tan nueva o en qué año se ha fabricado, sino, que tan comfortable es realizar el ejercicio, el acabado, diseño, materiales y entre otros factores al ofrecer nuestros servicios, y esta a su vez ofrecer ventajas competitivas o algún riesgo que pueda afectar a la vida del negocio. Cabe destacar que muchas instalaciones deportivas se han destacado más de lo normal pero desarrollan el aspecto fitness, es decir solo la salud física, sin embargo, se va

destacando el nuevo concepto llamado “wellness” que es un equilibrio de la buena salud física y emocional.

Finalmente, a pesar que Nicaragua no cuenta con buenos avances tecnológicos, se pueden conseguir dichas tecnología a través de importación y estas máquinas traerán valor agregado y una ventaja competitiva a la empresa, debido a que la mayoría de gimnasio solo se enfoca que si la maquina está bien, servirá para el negocio, pero no se enfocan que si la maquinaria es antigua, se tendrá que actualizar.

4.1.5. ANALISIS AMBIENTAL

El factor más crítico en cuanto a la relación del ambiente y el gimnasio, es que el ser humano al momento de realizar ejercicio expulsa sudor para mantener la temperatura corporal de su cuerpo. El sudor, aunque no lo parezca, es un potencial impacto negativo a la salud humana, debido a que estos se quedan compenetrados tanto en el ambiente como en los edificios y maquinarias, generando como resultado que el aire de nuestras instalaciones sea no tan agradable tanto como al personal y a los clientes. Hay que tener en cuenta que la limpieza de las instalaciones no solo se presenta en que si las maquinarias y mobiliarios se encuentran sin suciedades, sino más bien, analizar el entorno y el aire que no esté con malos olores o contaminado con cualquier factor químico que pueda llevar el sudor humano.

El personal encargado de la limpieza, a pesar de todo, estará capacitado para que pueda dar respuesta a aquellos inconvenientes con el factor sudor, utilizando sus herramientas necesarias, como productos de limpieza y que este sea agradables tanto a las maquinarias como al ambiente, es decir, que lleve la menor cantidad de químicos posibles, creando una gran responsabilidad social que tiene de compromiso la empresa con el medio en que nos rodea.

4.2. ANALISIS DEL SECTOR

4.2.1. AMENAZA DE NUEVOS INGRESOS

4.2.1.1. BARRERAS DE ENTRADAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS.

Las barreras arancelarias son restricciones al comercio externo de un país mediante los impuestos a la importación de bienes y servicios, en nuestro negocio tendremos ciertas barreras en el caso de importación de la maquinaria como es la tasa por servicio a la importación de mercancía TSIM que es una comisión aduanera de 0.50 dólar estadounidense o el equivalente en la moneda nacional por cada tonelada bruta, ya que el 50% de las maquinarias serán importadas con la finalidad de comprarla desde el fabricante. Dicha maquinaria importada, genera una alta inversión y a su vez esta se verá afectada por DAI (derecho arancelario a la importación) que es el 10% aplicable a los bienes de capital.

Con respecto a las barreras no arancelarias, como algunas maquinarias serán importadas, se necesita de un permiso de importación/exportación. Según la página gubernamental de “Trámites Nicaragua” el proceso es de la siguiente manera:

Para realizar trámites de importación y exportación, el dueño de la mercancía tendrá que contratar a un agente aduanero acreditado por la Dirección General de Servicios Aduaneros (DGA). Con el fin de agilizar y facilitar el despacho aduanero, garantizando la transparencia de las operaciones de comercio exterior, se oficializa la declaración anticipada en la Circular Técnica 070-2017, como un beneficio para los usuarios, que podrán notificar el arribo del buque con 5 días de anticipación en el Sistema Informático Aduanero (SIDUNEA WORLD), lo que les permitirá un despacho expedito de la mercancía.

Luego de la secuencia de pasos de trámites para importación, deberá sumarle los pasos que correspondan al módulo de gestión de riesgo, según la selectividad (verde, amarilla o roja) asignada en su Declaración Aduanera. Excepto para la importación de mercancías varias controladas, pues incluye en la descripción del proceso las inspecciones correspondientes. Y para la importación temporal de contenedores vacíos, pues no trae mercancías y no aplica la selectividad.

4.2.2. PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES

4.2.2.1. DIFERENCIACION DE OFERTA (INSUMO)

Nuestra empresa se diferenciara de los demás gimnasio, en primer lugar en tener una atención de calidad y monitoreo constante de los resultados esperados por parte del cliente, otro punto clave será establecer un área especializada en el cuidado de los hijos a las madres, padres y tutores que necesiten cierto servicio y por último servicio es el sauna húmedo para que los clientes eliminen las toxinas del cuerpo y relajación de los músculos.

4.2.2.2. CANTIDAD DE PROVEEDORES

Primeramente se requerirá un proveedor de maquinaria, este nos suplirá de todo el equipo que se requerirá para el funcionamiento del gimnasio, en segundo lugar necesitaremos proveedor para el mantenimiento y reparación de la maquinaria, también necesitaremos una empresa proveedora de insumos publicitarios.

4.2.2.3. COSTOS DE SUSTITUCION

Conforme pasa el tiempo, se planeará a corto, medio o largo plazo actualiza las maquinarias con la finalidad de que los usuarios no se sientan incómodos a la hora de realizar sus ejercicios con tecnología antigua, debido a que los aspectos tecnológicos van cambiando de manera constante y en términos contable, las maquinarias poseen depreciación y llegará a un punto que no tendrán valor alguno.

4.2.3. PODER DE NEGOCIACION DE LOS COMPRADORES

4.2.3.1. CANTIDAD DE COMPRADORES

La cantidad de compradores estará definida por diferentes horarios en el transcurso del día de 5 am a 9 pm se pronostica unos 290 usuarios por día, específicamente de 5:00 a 8:00 am alrededor de 116 personas, en el transcurso de 8:01 am a 5:30 pm 58 personas y de 5:00 a 9:00 pm 116 personas.

4.2.3.2. NIVEL DE INFORMACION DE COMPRADORES

Los compradores estarán caracterizado de 16 años en adelante, con ingresos de clase media y alta, debido al sector donde estará ubicado que se considera un sector comercial con todos los servicios básicos y gastos adicionales

4.2.3.3. COMPORTAMIENTO DE COMPRA

Los usuarios son personas acostumbradas a recibir comodidad, servicios especializados capaces de cumplir sus expectativas y deseos en los diferentes aspectos por tanto el gimnasio tendrá que dar respuesta a todas estos aspectos que causaran preferencias en los usuarios generando fidelidad.

4.2.4. PRODUCTOS SUSTITUTOS

4.2.4.1. ANALISIS DE LA OFERTA

Los servicios que ofrecemos son de mercado libre es decir que estos se pueden encontrar en cualquier lugar, generalmente si existe el mismo servicio. Por esta razón lo que vamos a ofrecer tendrá que causar impacto en los usuarios generando así una ventaja competitiva especializada en la atención al cliente y la comodidad que brindara el establecimiento.

4.2.5. RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES

4.2.5.1. CANTIDAD DE COMPETIDORES

Debido a que este servicio se ha ofrecido a lo largo del tiempo, existen una amplia cantidad de competidores que ofrecen dicho servicio, sin embargo el sector en que estaremos ubicados existen poca competencia, dado el alto costo que implica el funcionamiento de un negocio en esta zona, sin embargo esto se ve como una oportunidad de brindar un servicio de calidad a los habitantes, que les genere preferencia por la cercanía de sus hogares y la posición estratégica en un lugar de fácil acceso.

4.3. INVESTIGACION DE MERCADO

4.3.1. INFORME DE INVESTIGACION

4.3.1.1. ANTECEDENTES Y DEFINICION DEL PROBLEMA

La idea de la creación de BEST LIFE GYM tiene el propósito de brindar beneficios a la población aprovechando la tasa creciente de los habitantes expuesto a sobre peso, existen actualmente poca atención en este ramo debido a que el giro de los gimnasios tienen un propósito distinto, anteriormente a nuestra investigación existen antecedentes entre ellos tenemos:

El plan de negocios elaborado por Elia Soledad Caamaño Siero, José Alfredo Guadamuz y Lucia Raquel Gutiérrez, tiene por nombre ATENEA GYM elaborado en el 2017 este gimnasio es de exclusividad para mujeres en la zona sur de Managua con servicios adicionales en un mismo paquete, infraestructura moderna, confortable y segura donde la mujeres quedaran satisfecha en cuanto salud, belleza y nutrición.

La estrategia de marketing consiste en un servicio exclusivo para mujeres donde los mismo colaboradores son del mismo sexo al igual que ofrece promociones y servicios adicionales, las afiliadas podrán contar con asesoría nutricional por medio de especialistas.

Según el reportaje del nuevo diario, titulado “ Ir al gimnasio es parte de la cultura del nica” publicado en septiembre del 2015, en el describen que existen un interés creciente de capitalinos por demandar de los gimnasios servicios cada vez más completos, no solo para obtener un mejor cuerpo o figura sino también por que hacer ejercicio se ha convertido en un sinónimo de cuidar la salud, según fuentes de la municipalidad en Managua existen más de 400 gimnasios pero solo 4 son los que se consideran de lujo, donde además de entrenamiento con pesas ofrecen otras actividades como Pilates, zumba, aeróbicos, masajes y personal capacitado para atender bien al cliente.

Según el reportaje de la prensa, publicado en marzo del 2019, titulado “aumentan los casos de sobrepeso en Nicaragua y los riesgos de padecer diabetes” El instituto nicaragüense de seguro social INSS presento el anuario estadístico 2018 en el cual muestra un aumento en las cifras de personas con sobrepeso y obesidad extrema comparada con el 2017, en la tabla de medición que provee el INSS se detalla que de

7,044 hombres y 10,109 mujeres asegurados atendidos 2,704 hombres y 4,070 mujeres presentaron sobrepeso y en obesidad extrema la cifra es de 88 y 192 respectivamente. Esto refleja 55 casos más en hombres y 529 en mujeres en comparación con la cifra de sobrepeso del anuario del 2017.

4.3.1.2. JUSTIFICACION DEL PROBLEMA

Nicaragua es un país en vía de desarrollo que ha venido lidiando a lo largo de su historia con diferentes problemáticas; guerras, desastres naturales, etc. Sin embargo es un país con una cultura y geografía única; comidas típicas, diferentes idiomas, variedades de paisajes entre otros, así mismo las costumbres particulares de las personas no varían en mucho, por ejemplo en la ciudad la mayoría se dedican al trabajo, diversión y pocos tienen la cultura de practicar deportes.

Actualmente existen alrededor del 70% de la población expuesta a sobrepeso incrementando esta tasa año con año afectando en la mayor parte a mujeres, según la OMS este es un problema que se debe enfrentar arduamente no solo por tener un cuerpo ideal sino por disminuir los casos de diabetes u otras enfermedades.

Teniendo en cuenta la diversidad de información que existe sobre esta problemática, surgió la idea de crear un empresa que beneficie tanto a los inversores como a la población, se trata de ofrecer un servicio que traerá numerosos beneficios a los miembros, es decir podrán combatir el sobrepeso y la obesidad no solo con la ejercitación del cuerpo sino también con un sinnúmero de recomendaciones y beneficios que se les brindará; dieta, maquinaria certificada, sauna, y personal capacitado.

Con la ejecución de dicho proyecto no se quiere pretender acabar en el corto plazo con la problemática existente sino simplemente aportar en pequeñas porciones a la salud de la población, ya que sin duda es una gran tarea por resolver sin embargo la idea es influir en la cultura de las personas, cambiar las perspectivas en donde la salud y el buen físico sea la prioridad.

4.3.1.3. NECESIDADES DE LA INFORMACION

La información a recolectar para el debido desarrollo del presente plan de negocios estará conformado por fuentes de información primaria; esta consistirá en encuestas donde se analizara y se evaluara diferentes aspectos; costumbres, nivel de vida, poder de adquisición, gustos y preferencias de los usuarios, entre otros, además será necesario evaluar la existencia de competidores en el sector para determinar la viabilidad del negocio.

Asimismo será necesario la obtención de información secundaria entre ellos; informes económicos del banco central, leyes vigentes del ministerio del trabajo, aranceles a la importación de maquinaria, además será de gran utilidad información de los competidores; precios, promociones y publicidad.

4.3.1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

OBJETIVO GENERAL

Determinar la rentabilidad del negocio a través de los respectivos métodos de estudio, estableciendo el rumbo a seguir y previendo posibles riesgos que puedan perjudicar el futuro de la empresa.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Analizar las preferencias del usuario a través de la información primaria.
- Especificar el sector idóneo para el negocio de modo que cumpla con las expectativas de los inversionistas.
- Identificar los posibles riesgos que puedan surgir, estimando un presupuesto para cubrir la discrepancia.

4.3.2. METODOLOGÍA

4.3.2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

a) Investigación explorativa:

Se realiza una investigación explorativa para reconocer y recopilar información acerca de un nuevo negocio que lleve un servicio de plan de entrenamiento, alimenticio y adicional un sauna húmedo para la relajación de los músculos con la finalidad de cumplir con nuestros objetivos propuestos.

b) Investigación concluyente:

Este tipo de investigación se realizará para comprobar la hipótesis acerca de la problemática de la salud física, en términos locomotor, ya que la mayoría de las personas no se preocupan de tener una vida activa, sino que mayormente pasan de manera sedentaria y por consiguiente, la investigación dará a conocer información acerca de nuestro grupo objetivo que son las personas de 16 a más del Distrito V, específicamente Las Colinas con ingresos de clases media y alta.

4.3.2.2. Fuentes de datos

a) Fuentes primarias: Para la investigación explorativa se recopilaban dichas fuentes primarias ya que estábamos cara a cara con el entorno y la situación en la que se proporcionará información exacta, confiable y eficiente.

b) Fuentes secundarias: Son dichas fuentes que están de manera general, alcance a nuestras manos y a su vez, nos sirve para conocer información sobre aspectos a nivel macro y micro estadístico, como son los análisis que nos proporciona el Banco Central de Nicaragua sobre la situación económica y también el Instituto de Información del Desarrollo para conocer la población y otras características que se encuentran en el sector de Las Colinas.

4.3.2.3. Población y muestra

Se toma como población a todas las personas que habitan en el sector de Las Colinas, hay 1,278 habitantes en la cual mayormente los que habitan son ciudadanos (16 años a más). Y para la muestra se tomará aproximadamente un 10%, es decir se realizarán 120 encuestas a los pobladores para determinar las características, gustos y preferencias de ese sector de los habitantes.

4.3.2.4. Instrumentos de recolección de datos

El instrumento que utilizaremos será la encuesta, ya que es un método eficaz para reconocer mayormente la información exacta de una parte de la población y analizar los resultados finales.

4.3.2.5. Selección de la muestra

Se utiliza la fórmula estadística de muestreo para reconocer a la cantidad de personas que se encuestarán, teniendo en cuenta que nuestro universo es el distrito V, nuestra población es el sector de “Las Colinas” que cuenta con 1278 habitantes según datos de INIDE. La fórmula de la muestra es:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Figura #1 Fórmula de la muestra

En la cual:

- N = tamaño de la población de Las Colinas (1,278)
- Z = nivel de confianza que será de (91%=1.73)
- p = probabilidad de éxito (50% = 0.50)
- q = probabilidad de fracaso (50% = 0.50)
- d= precisión (Error máximo admisible en porcentaje, 10%=0.10)

$$\frac{1,278 \times (1.73)^2 \times 0.50 \times 0.50}{(0.10)^2 \times (1,278 - 1) + 1.73^2 \times 0.50 \times 0.50}$$
$$= \frac{956.23}{13.51}$$

= 70.77 \cong 71 tamaño de la muestra

Con un nivel de confianza de 91% y con un margen de error del 10% nos da a conocer una muestra de 71 personas a las cuales se les deberá aplicar una encuesta en octubre del 2019, que pertenecen a la clase media y alta con la finalidad de nos den su opinión acerca del negocio de gimnasio.

4.3.3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Se realizó la encuesta a una muestra de 71 personas del distrito V de Managua en el sector de la Colinas se llegaron a los siguientes resultados:

- a) Elegimos la edad promedio entre 16 a 50 años, en el cual 28 de los encuestados tienen la edad entre 16 a 24 años, 31 personas oscila entre los 25 y 33 años, 12

personas entre 34 a 41 años y no se encuestó a personas de 42 a más años de edad y en término de géneros, un 55% eran masculino y 45% eran femenina.

- b) En la primer punto se realizó la pregunta de que si actualmente ellos realizaban ejercicios en el gimnasio y se mostró que el 68% si los realizaba y el porcentaje restante (32%) no iba a ningún gimnasio.
- c) Por otra parte, el 75% de los encuestados estarían dispuesto a ir a un gimnasio a realizar sus rutinas de ejercicios, mientras que el 25% prefería no realizarlo o buscar alternativas.
- d) Con respecto a la frecuencia de las 54 personas que van actualmente al gimnasio y estarían dispuesto a ir al gimnasio, se concluyó que el 7.0% preferiría ir un día a la semana, un 14.1% prefiere ir 2 veces, otro 7.0% tres días a la semana, 5.6% cuatros días, el mayor porcentaje (22.5 %) prefiere o preferiría ir cinco veces a la semana, el menor porcentaje 6 días y por último, el restante prefiere toda la semana.
- e) En la muestra se le preguntó cómo realizaban sus pago en términos de tiempo y se concluyó que un 71% realiza el pago de su gimnasio de manera mensual y el restante lo realiza diaria, y por consiguiente, preguntamos a las personas que los pagan por día les preguntamos si estaban dispuesto a cambiarlos por un plan mensual con descuentos de sauna húmedo, tabla alimenticia y citas semanales con el nutricionista y el 79% si lo cambiaría.
- f) En términos de pagos, se dio a la conclusión que la mayoría de las personas prefieren o preferirían pagar U\$40.00 al mes, y por otra parte, se determinó que las “horas picos” en el gimnasio es el “resto de la tarde y noche” (es decir, 5:31 pm a 9:00 pm) y muy temprano en la mañana (5:00 am a 8:00am) ambos con 40%, seguido el resto de la mañana (8:01 am a 11:30 am) con 12% y en la tarde (1:31 pm a 5:30 pm) con un 6%. Por último siendo la hora menos demandada es al mediodía (oscila entre 11:31 am a 1:30 pm) con tan solo el 2%.
- g) A los encuestados se le preguntó si tenía un menor que tienen la responsabilidad de cuidarlo y se concluyó que solo el 24% tiene hijos y el mayor porcentaje no. La pregunta anterior se realizó con el propósito de saber si se podría añadir un apartado de niños con una persona calificada para ello, con la

finalidad de que los padres o tutores puedan realizar sus rutinas de ejercicios, pero solo el 28% estaría dispuesto a pagar dicho servicio adicional.

- h) Otro servicio añadido a nuestro gimnasio es de poseer un sauna húmedo para la relajación muscular y liberación de toxinas, de los encuestados se determinó que el 47% estaría dispuesto a demandar dicho servicio, aunque sea términos menores con los que no lo prefieren, esto es una ventaja ya que en término de capacidad se podrá realizar el servicio sin que el cliente esté esperando su turno.
- i) Además del gimnasio hay alternativas para mejorar la condición física, por ende se preguntó a todas las personas (tanto los que van y no van a los gimnasio) que si tenían alguna otra actividad física que realizaban y la mayoría no posee alguna alternativa para realizar ejercicios, seguido de tienen otra actividad deportiva que no se menciona en la encuesta, como lo es nadar o deportes por último las demás personas tienen actividades de yoga, danza y entrenamientos de defensa personal y por último se le preguntó a aquellas personas el motivo por el cual no van a un gimnasio y se concluyó que el 50% no tiene tiempo, seguido que otros tiene otros métodos de ejercicio y en el menor porcentaje es que no tiene los suficientes ingresos como para pagar el servicio de un gimnasio.

4.4. DECISIONES ESTRATÉGICAS DEL MARKETING

4.4.1. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.

BEST LIFE GYM es una empresa que ofrece planes de entrenamientos físicos y alimenticios dirigidos para las personas mayores de 16 años de edad, con la finalidad de las personas creen y desarrollen óptimas condiciones de salud y estética a nivel físico para que ellos puedan cumplir sus metas personales. Además ofreceremos servicios de alimentación con una nutricionista altamente calificada ya que la alimentación directamente influye en los ejercicios que realizan las personas. Además tendremos un servicio adicional de baño turco o húmedo con la finalidad de que las personas puedan relajar y descansar sus músculos para que ellos no sufran algún

perjuicio a la hora de su entrenamiento. Dicho servicio tendrá un proceso de evaluación y monitoreo a la hora de que nuestros clientes realicen bien sus rutinas.

4.4.1.1. FLOR DEL SERVICIO

La flor de servicio consiste en una técnica diferente con el fin de que nuestro cliente nos prefiera de otros productos o servicio similares. La flor es la siguiente:

- a) Información: Se le brindará información a través de redes social o presencialmente la recepcionista estará dispuesta a ofrecerle toda información sobre BEST LIFE GYM, ya sea promociones, servicios tanto el principal como adicionales, acerca del negocios y sobre su filosofía.
- b) Consultas: Los cliente podrán consultar tanto presencial como digitalmente gracias a nuestra recepcionista a todas las incógnitas y expectativas que ellos tengan con el propósito de darle una respuesta inmediata y coherente.
- c) Toma de pedido: Debemos darle respuesta inmediata a todos los clientes, en el cual el recepcionista le tomará los datos básicos para que ella quede en el registro y este pueda facilitarle todos los procesos en un tiempo mínimo.
- d) Cortesía: Se atenderán de los más cortésmente a todos los clientes sin excepción alguna, en el negocio se promueven todos los valores fundamentales para que el cliente se sienta en un ambiente seguro y gratificante.
- e) Atención: BEST LIFE GYM le dará un excelente servicio a todos los clientes desde el momento que entren hasta el momento que salen, siempre brindándole la atención adecuada de sus necesidades o dudas que tenga.
- f) Excepciones: BEST LIFE GYM hará excepciones a las normas, si en algún dado caso nuestros cliente tienen algún inconveniente, problema o tengan ciertas condiciones específicas.
- g) Facturación: A los momentos de facturar siempre tendremos la transparencia y la comprensión acerca los pagos que se ejecutarán.
- h) Pago: Se aceptarán tanto pagos efectivos como tarjetas de débito y crédito.

4.4.1.2. CICLO DE VIDA DEL SERVICIO

El ciclo de vida de servicio es un análisis que realiza al momento que las ventas se vuelven una tendencia y estas van evolucionando conforme al tiempo, es decir desde que la empresa entra hasta su retirada y determina sus etapas consecutivas con características concretas, las cuales permiten analizar las condiciones que se presenta a lo largo del periodo en el cual el servicio permanece activo en el mercado. Hay cuatro etapas: nacimiento, crecimiento, madurez y declive.

En la primera etapa (nacimiento) el servicio es lanzado al mercado y tiende a ver que las ventas son pocas y solo algunos clientes son los que estarán dispuestos a usar dicho servicio, y a partir de esta se puede determinar si el mercado acepta o rechaza dicho servicio ofrecido. Si esta es aceptada hasta pasa a su siguiente etapa (crecimiento) en la cual las ventas van incrementadas y hay más clientes que están dispuestos a demandar dicho servicio. Esta con el tiempo alcanza su punto máximo de venta (madurez) en la cual, es el punto límite que dicho servicio no puede dar más, provocando la última etapa (declive) que los clientes van poco a poco dándole menos valor o eligen otros productos sustitutos para que pueda satisfacer sus necesidades.

En Nicaragua, los gimnasios van en crecimiento y estos cada vez se van adaptando y especializando a las necesidades del cliente, teniendo en cuenta tanto el producto y los deseos que poseen la mente en el consumidor. Los negocios de entrenamiento físico son rentables, no solo en cuestiones de estética, sino también por cuestiones de salud, ya que en Nicaragua hay mucha obesidad y por ende, la gente recurre a algún servicio que pueda ofrecer entrenamientos ya sean generales o personalizados.

4.4.1.3. NIVELES DE SERVICIO

En el nivel de beneficio básico: Es un servicio en el cual te ofrecen solo el local y la maquinaria para que puedas hacer tus ejercicios, sin monitoreo ni enfoque alguno. Solo te prestan el local para que puedas hacer ejercicios.

Si el servicio fuera real, servicio que te ofrece maquinaria de alta tecnología con un instructor capaz de monitorear tus rutinas y ver como las realizas. Nuestro servicio será de nivel aumentado ya que ofrece maquinarias de ejercicios de alta tecnología, un profesional que monitorea todos los ejercicios que realizas, agregando un servicio

adicional de citas semanales con un nutricionista y de regalía una tabla alimenticia a partir de tus condiciones, preferencias y contaremos con un servicio post-venta para saber si realmente está satisfaciendo al cliente, o recomendaciones para mejorar todo el proceso.

4.4.1.4. PROPUESTA DE VALOR

BEST LIFE GYM promoverá valor a sus clientes a partir de sus beneficios y valores agregados para podamos captar su percepción y que en verdad sientan que ellos son importantes para nosotros y que ellos recuerdan que tan importante es tener un cuerpo saludable. Demostraremos que el negocio será muy espacioso para que nuestros clientes puedan realizar sus rutinas en espacios y condiciones óptimas sin que este interrumpa a las demás personas, poseerá aire acondicionado para que el lugar no presente altas temperaturas (excepto el apartado del baño seco o turco).

El horario que tendremos es de 5:00 am hasta las 9:00 permitiendo a todas las personas puedan realizar sus rutinas, sin problemas de tiempo o espacio. El costo por inscripción mensual será de U\$40.00 añadiendo el beneficio de una tabla alimenticia preparada a las condiciones del cliente por el nutricionista y además tener citas semanales con dicho profesional. Además por U\$20.00 mensuales extra ofrecemos un servicio extra de baño turco o baño seco, en la cual podrán disfrutar las personas y relajar sus músculos.

4.4.1.5. BRANDING

BEST LIFE GYM quiere ser una empresa que no cree ilusiones, sino realidad y resultados, a través del monitoreo constante de las rutinas de todos nuestros clientes, por ende esto hará que el cliente tenga una experiencia inolvidable que esta pueda ser transmitida a las demás personas que quieran cambiar su físico y salud. Esto nos permitirá una buena posición la mente del consumidor y hará que nuestra marca sea única.

4.4.1.6. NOMBRE

El nombre de nuestra empresa "BEST LIFE GYM" nos transmite el mensaje de mejor vida, refiriéndose a aquellas personas que tengan problemas de salud o estética, permitiéndose así darle una mejor condición tanto en su físico y alimentación, es decir

el cliente será alguien nuevo, capaz de mejorar su estilo de vida y que las personas digan “no te reconozco”, por el increíble cambio que tendrán.

4.4.1.7. LOGOTIPO



Figura #2 Logotipo de la empresa

4.4.1.8. TIPOGRAFIA

La letra “Arial” es un tipo de letra sans serif presente en varias aplicaciones de Microsoft. Fue diseñada por Robin Nicholas y Patricia Saunders de la Fundación Monotype como respuesta a la popularidad de la tipografía Helvética de Linotype. Se seleccionó este tipo de letra ya que es clara, sencilla y además la mayoría de las personas la reconocen al momento de apreciar el logotipo.

4.4.1.9. COLOR

Elegimos primeramente el color rojo ya que este representa la fuerza, motivación, inspiración, energía y otros significado para la realización de ejercicios, además el amarillo también transmite calor, luz, atrae mucho la atención pero se utiliza con moderación para que el logo no sea molesto a la vista. Se seleccionó el color debido a que representa lujo y dicho gimnasio va asignado a personas de medio y altos ingresos. Y por último, el color de las letras es blanca para que represente la transparencia que conlleva el gimnasio al momento prestar nuestros servicios.

4.4.2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

4.4.2.1. FITCLUB NICARAGUA



Figura #3 y #4 FitClub Nicaragua y Logo de FitClub Nicaragua

Empezó como Gimnasio Bally Sport Nicaragua nació en Junio del año 2009, en un momento complicado para todos los nicaragüenses por la difícil situación financiera que emergía a nivel mundial. Todo era incertidumbre, donde cualquier emprendimiento era considerado una locura entre tanto no poseíamos el conocimiento ni la experiencia en cuanto al manejo de Gimnasio se refiere. Pero como reza un concepto del marketing “crisis es oportunidad”, lo tomamos como tal, con mucho esfuerzo y empuje, abrimos las puertas convencidos que la nuestra era una obra que redundaría en beneficios para todos. Desde el segundo semestre del año 2012, dejamos a Bally Sports Nicaragua y nos convertimos en FitClub Nicaragua, para poder crecer y dar un mejor servicio a nuestros clientes. Desde entonces hemos venido evolucionando el entorno o el enfoque de los gimnasios en Nicaragua. Modernizamos y fortalecimos el stock de maquinarias y Equipos para responder a las expectativas, que género en su etapa inicial la nueva administración ante la población que buscaba como resolver su urgente necesidad de un excelente gimnasio.

4.4.2.2. SULSA TAEKWONDO



Figura #5 Salsa Taekwondo

A pesar que este no sea gimnasio, es una competencia indirecta, puestos que este conlleva al mismo servicio de entrenamiento físico con el servicio adicional de defensa personal. Es para aquellos que prefieren artes marciales en lugar de gimnasios.

4.4.2.3. TRY FITNESS NICARAGUA



Figura #6 Try Fitness Nicaragua

Es una empresa dedicada al entrenamiento físico, con servicios adicionales de saunas, cuenta con maquinaria y equipos de alta tecnología con un sin números de servicio.

4.4.2.4. BE FIT NICARAGUA



Figura #7 Be Fit Nicaragua

Negocio cuenta también con maquinarias y equipos de alta tecnología, lugar espacioso y servicio personalizados de entrenamientos. Los clientes opinan que han tenido altos resultados en este local.

4.4.3. OBJETIVOS DE MARKETING

- a) Alcanzar una participación en el mercado de centro de entrenamiento físico en Carretera Masaya mayor de 1% en el primer año.
- b) Aumentar nuestra participación del mercado en un 3% dentro de 3 años.
- c) Posicionar la marca de BEST LIFE GYM a nivel departamental.
- d) Captar la atención de los clientes y fidelizar nuestro servicio mayor del 75% de los consumidores.

4.4.4. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO META

Para poder reconocer nuestro mercado meta se debe realizar la segmentación, tomando en cuenta estos siguiente aspectos: geográficos (región, población, etc.); aspectos demográficos (edad, sexo, estado civil, etc.); aspectos económicos (ingresos, profesión, etc.) y aspecto psicográfico (estilo de vida, personalidad, etc.).

Aspectos	
Geográficos	
País	Nicaragua
Departamento	Managua

Sector	Distrito V (Las colinas)
Demográficos	
Edad	16-60 años
Sexo	Ambos
Estado Civil	Indistinto
Económicos	
Ingresos	Medio y alto
Profesión	Indistinto
Psicográficas	
Estilo de vida	VARIADO

Tabla #1 Aspectos generales del mercado

Como se aprecia en el cuadro la descripción de nuestro mercado en términos geográficos será Nicaragüenses que estén ubicados en el Distrito V del departamento de Managua, residencial las colinas, respecto a los demográficos, serán personas de 16 a 50 años de edad, ambos sexo y sin indistinto de su estado civil o profesión, pero en cuanto a sus ingresos de medios altos con estilo de vida variado, sea activa, sedentaria, obesa, etc.

4.4.5. DEMANDA Y PARTICIPACIÓN DEL MERCADO

4.4.5.1. DEMANDA

En el sector de la Colinas habitan 1,278 personas, en la cual, 253 personas son menores de 16 años, es nos queda con un total de 1,025 personas, por consiguiente, el 68% asisten a un gimnasio y el 7% están dispuesta a ir a un gimnasio dando como resultados lo siguiente:

Concepto	Porcentaje	N° de personas
Personas que asisten a un gimnasio	68%	697 personas

Personas dispuesta a ir a un gimnasio	7%	72 personas
TOTAL	75%	769 personas

Tabla #2 Demanda en porcentaje de la población total

Como se aprecia en la tabla 960 personas hacen ejercicios y están dispuestas en ir a un gimnasio para mejorar su salud y condición física. Participaremos en un 10% de este mercado (96 personas) y también pronosticando la demanda dentro de 5 años con la tasa poblacional de Nicaragua nos da los siguientes resultados:

Tasa poblacional (1.1% 2017)	Año 1 (2020)	Año 2 (2021)	Año 3 (2022)	Año 4 (2023)	Año 5 (2024)
Número de habitantes	769 habitantes	846 habitantes	931 habitantes	1,024 habitantes	1,126 habitantes

Tabla #3 Crecimiento poblacional del área geográfica elegida

Según la tasa de crecimiento poblacional de Nicaragua, el número de habitantes aumentará muchos menos que los años anteriores, sin embargo, también es considerable porque el mercado va creciendo y tendremos que tener en cuenta mejorar la capacidad instalada del gimnasio. A continuación se presenta la demanda actual en términos de personas y términos monetario:

Demanda actual en personas:

Concepto	Año 1 (2020)	Año 2 (2021)	Año 3 (2022)	Año 4 (2023)	Año 5 (2024)
Personas que asisten al gimnasio	697 personas	766 Personas	843 personas	928 personas	1,020 personas

Personas dispuesta a ir a un gimnasio	72 personas	80 personas	88 personas	96 personas	106 personas
TOTAL	769 personas	846 personas	930 personas	1,024 personas	1,125 personas

Tabla #4 Demanda actual y futura

Demanda actual en términos monetarios, de pago en forma mensual (40U\$ al mes, es decir, U\$480 al año).

Concepto	Año 1 (2020)	Año 2 (2021)	Año 3 (2022)	Año 4 (2023)	Año 5 (2024)
Ingreso por los que asisten al gimnasio	U\$ 334,560.00	U\$ 367,680.00	U\$404,640.00	U\$ 445,440.00	U\$ 489,600.00
Ingresos por personas que están dispuesta a ir a un gimnasio	U\$34,560.00	U\$38,400.00	U\$ 42,240.00	U\$46,080.00	U\$50,880.00
TOTAL	U\$ 369,120.00	U\$406,200.00	U\$ 446,880.00	U\$ 491,520.00	U\$ 540,480.00

Tabla #5 Demanda actual y futura en términos monetarios

En términos de demanda potencial, es decir, con el servicio agregado de sauna y un apartado para que los niños puedan ser cuidado mientras los tutores o padres realizan sus rutinas se demuestran los siguientes porcentajes:

Demanda potencial en términos de personas:

Concepto	Año1(2020)	Año 2 (2021)	Año 3 (2022)	Año 4 (2023)	Año5 (2024)
Personas que solo asisten y están dispuestas en ir al gimnasio	668personas	524 personas	577 personas	634 personas	697 personas

Personas que solo optan por el sauna (23%)	177personas	195 personas	214 personas	236 personas	259 personas
Personas que solo desean servicio adicional de cuidado de sus menores (0%)	0	0	0	0	0
Personas que desean ambos servicios adicionales (15%)	115personas	127 personas	139 personas	154 personas	169 personas
TOTAL PERSONAS	769	846	930	1,024	1,125

Tabla #6 Demanda potencial en términos de personas

Demanda potencial en términos monetarios en pago mensuales

Concepto	Año 1 (2020)	Año 2 (2021)	Año 3 (2022)	Año 4 (2023)	Año 5 (2024)
Ingreso por los que asisten y están dispuestas en ir al gimnasio (\$40/mensual)	U\$ 369,120.00	U\$406,200.00	U\$446,880.00	U\$491,520.00	U\$ 540,480.00
Ingreso por el sauna (38%) (U\$ 20.00/mes)	U\$42,480.00	U\$46,800.00	U\$51,360.00	U\$56,640.00	U\$62,160.00
Ingresos por cuidado de menores (22%) (U\$5.00 /mes)	U\$6,900.00	U\$7,620.00	U\$8,340.00	U\$9,240.00	U\$10,140.00
TOTAL PERSONAS	U\$ 418,500.00	U\$460,620.00	U\$ 506,580.00	U\$ 557,400.00	U\$ 612,780.00

Tabla #7 Demanda potencial en términos monetarios

4.4.5.2. OFERTA

Las instalaciones dentro de BEST LIFE GYM será un espacio de 500 metros cuadrados en el cual 35% ocupará las máquinas de cardio o ejercicio aeróbico, otros 35% para pesas y ejercicios anaeróbicos, un 15% de espacio para los clientes, baños, espacios entre máquinas y pasillos, otros 5% para los baños saunas. 5% de espacio para el cuidado de niños, un 2.5% para una oficina de la recepcionista y un 2.5% para el gerente, posee una capacidad de estar 50 personas en un mismo tiempo dado, sin embargo, esto se evitará a partir de períodos por cada hora. Por otra parte, se contará con un parqueo de máximo 10 para autos y 10 para motos.

4.4.5.3. PARTICIPACIÓN DEL MERCADO

En las Colinas habitan 1,025 personas mayores de 16 años edad, conforme al porcentaje de los pobladores que actualmente asisten y los que están dispuesto en ir a un gimnasio (que es del 75%) se determinó una demanda de 769 personas, en la cual nosotros participaremos en un 38%, es decir 290 en participación.

Participación del mercado (38%)	Año 1 (2020)	Año 2 (2021)	Año 3 (2022)	Año 4 (2023)	Año 5 (2024)
Personas	290	319	351	386	425

Tabla #8 Participación del mercado actual y futuro

Estas 292 personas se ubicarán a partir de los períodos o los horarios que irán nuestros clientes, basándose en los porcentajes de los horarios y contando con una capacidad de 50 personas en un mismo tiempo dado:

CICLOS	PERÍODOS	CAPACIDAD DE PERSONAS = 50
Temprano en la mañana (5:00 am a 8:00 am) (40% de 290 = 116 personas)		
1er Ciclo	5:00 am a 6:00 am	39
2do Ciclo	6:01 am a 7:00 am	39

3er Ciclo	7:01 am a 8:00 am	38
Resto de la mañana (8:01 am a 11:30 am) (12% de 290=35 personas)		
4to Ciclo	8:01 am a 9:30 am	18
5to Ciclo	9:31 am a 11:30 am	17
Mediodía (11:31 am a 1:00 pm) (2% de 290= 6 personas)		
6to Ciclo	11:31 am a 1:00 pm	6
Tarde (1:01 pm a 5:30 pm) (6% de 290 = 17 personas)		
7mo Ciclo	1:01 pm a 2:30 pm	5
8vo Ciclo	2:31 pm a 4:00 pm	6
9no Ciclo	4:01 pm a 5:30 pm	6
Resto de la tarde y noche (5:31 pm a 9:00 pm) (40% de 290 = 116 personas)		
10mo Ciclo	5:31 pm a 6:30 pm	38
11mo Ciclo	6:31 pm a 7:30 pm	39
12mo Ciclo	7:30 pm a 9:00 pm	39
TOTAL		290

Tabla #9 Períodos del mercado demandar nuestro servicio de entrenamiento

El mayor porcentaje como se había mencionado es de 40% en horas picos, por ende dividir en 3 períodos a 116 personas con el propósito de que el gimnasio conste con el espacio que desean los clientes, sin estar algún problema. Por otra parte, existirá un apartado donde los hijos menores de nuestros clientes, pueden estar con la finalidad de que él esté seguro de que su hijo se encuentra en manos de una persona calificada, el espacio de este será para un máximo de 10 niños. De nuestros 292 clientes, el 22% (64 personas) están dispuestos a pagarlo:

CICLOS	PERÍODOS	CAPACIDAD DE NIÑOS
Temprano en la mañana (5:00 am a 8:00 am) (40% de 64 = 26 niños)		
1er Ciclo	5:00 am a 6:00 am	9
2do Ciclo	6:01 am a 7:00 am	9
3er Ciclo	7:01 am a 8:00 am	8
Resto de la mañana (8:01 am a 11:30 am) (12% de 64=8 niños)		

4to Ciclo	8:01 am a 9:30 am	4
5to Ciclo	9:31 am a 11:30 am	4
Mediodía (11:31 am a 1:00 pm) (2% de 64= 1 niños)		
6to Ciclo	11:31 am a 1:00 pm	1
Tarde (1:01 pm a 5:30 pm) (6% de 64 = 4 niños)		
7mo Ciclo	1:01 pm a 2:30 pm	2
8vo Ciclo	2:31 pm a 4:00 pm	1
9no Ciclo	4:01 pm a 5:30 pm	1
Resto de la tarde y noche (5:31 pm a 9:00 pm) (40% de 290 = 116 niños)		
10mo Ciclo	5:31 pm a 6:30 pm	9
11mo Ciclo	6:31 pm a 7:30 pm	8
12mo Ciclo	7:30 pm a 9:00 pm	8
TOTAL		64

Tabla #10 Períodos del mercado a demandar el servicio de cuidado de hijo mientras entrenan

Y ahora en términos del sauna, se tendrá una capacidad máxima para 10 personas por cada género, es decir 10 para hombres y 10 para mujeres:

CAPACIDAD EN EL SAUNA = 10 POR CADA UNO			
CICLOS	PERÍODOS	MASCULINO (55%)	FEMENIO (45%)
Temprano en la mañana (5:00 am a 8:00 am) (40% de 110 = 44 personas)			
1er Ciclo	5:00 am a 6:00 am	8	7
2do Ciclo	6:01 am a 7:00 am	8	7
3er Ciclo	7:01 am a 8:00 am	8	6
Resto de la mañana (8:01 am a 11:30 am) (12% de 110= 13 personas)			
4to Ciclo	8:01 am a 9:30 am	4	3
5to Ciclo	9:31 am a 11:30 am	3	3
Mediodía (11:31 am a 1:00 pm) (2% de 110= 2 personas)			

6to Ciclo	11:31 am a 1:00 pm	1	1
Tarde (1:01 pm a 5:30 pm) (6% de 110 = 7 personas)			
7mo Ciclo	1:01 pm a 2:30 pm	1	1
8vo Ciclo	2:31 pm a 4:00 pm	1	1
9no Ciclo	4:01 pm a 5:30 pm	2	1
Resto de la tarde y noche (5:31 pm a 9:00 pm) (40% de 290 = 116 niños)			
10mo Ciclo	5:31 pm a 6:30 pm	8	7
11mo Ciclo	6:31 pm a 7:30 pm	8	7
12mo Ciclo	7:30 pm a 9:00 pm	8	6
TOTAL		60	50

Tabla #11 Períodos del mercado a demandar el servicio de saunas

4.4.6. ESTRATEGIAS DE MARKETING

Cabe mencionar que son indispensables las estrategias de marketing para que el mercado vaya reconociendo nuestro negocio y a su vez que se vayan fidelizando, por ende, las estrategias de marketing son las siguientes:

- 1) Darle un valor agregado a nuestro servicio con características únicas como el seguimiento de sus rutinas, la manera de alimentarse y el estado o condición física en cuanto a su estética y/o salud en la que presenta su cuerpo.
- 2) Planear a largo plazo la expansión de una nueva sucursal que abarque otro sector pero con las mismas características del mercado meta.
- 3) Hacer que nuestros clientes perciban que tan importante es para nosotros creando una rutina de acuerdo su condición, fines o deseos.

4.4.7. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

BEST LIFE GYM tomará dos estrategias, la primera sería en base a sus beneficios, debido que los planes de entrenamiento, como se menciona anteriormente, no solo es para mejorar estética, sino es mejorar tu salud y combatir ya sea con la obesidad o el sedentarismo que la mayoría de la personas tenemos en la vida cotidiana.

La segunda estrategia que utilizaremos será la de “frente a la competencia” debido que se puede comparar y distinguir las ventajas que tiene nuestro negocio con las otras empresas o competencia, con la finalidad de elaborar planes de acción que puedan posicionarnos en la mente del consumidor en el sector donde estamos ubicados.

Estas dos estrategias se enfocan en los siguiente aspectos: primeramente porque es un tema de salud, y debemos combatir con esa cultura sedentarita que tenemos las personas y en la segunda estrategia enfocada por nuestro horario ya que desea alcanzar a la mayoría de personas, ya que no tienen tiempo por sus trabajos o responsabilidades del día a día; por otra parte también se promoverá el servicio de sauna húmedo con la finalidad de que los músculos además de estar demasiado activos, necesitan un momento de relajación.

4.4.8. ESTRATEGIA DE SEGMENTACION DE MERCADO

La estrategia de segmentación de mercado que utilizaremos la de nichos de mercado, debido que necesitamos a un cierto grupo de personas con el misma necesidad o deseo en común (es decir, personas que necesitan plan de entrenamientos, hábitos alimenticios y adicional sauna húmedos para la relajación de sus músculos); hará que nuestra empresa sea especializada para poder satisfacer necesidades que las otras empresas no han podido satisfacer.

4.4.9. PLAN DE ACCIÓN

4.4.9.1. ACCIONES DE PRODUCTO (SERVICIO)

BEST LIFE GYM tendrá la diferenciación de tener un servicio personalizado de entrenamiento basado en las rutinas y alimentación según la condición física de nuestros clientes adicionales a ello se contará con la disciplina de sauna húmedo teniendo la finalidad de la relajación muscular, liberación de toxinas y en otros beneficios para la salud.

El gimnasio tiene la expectativa de promover la motivación de todos nuestros clientes y a su vez que ellos sean fuentes inspiradoras hacia los demás para que ellos también estén dispuestos a cambiar su salud o vida sedentaria. Adicionalmente contarán con un

nutricionista calificado que velará por su alimentación, el peso y el porcentaje de grasa corporal y dándole seguimiento semanal para analizar los resultados.

4.4.9.2. ACCIONES DE PRECIO

Nuestro servicio van dirigidos a personas de ingresos medios y altos, así que dicho precio será basados de acuerdo de un promedio de acuerdo el sector y capacidad de los clientes, es decir, el precio basado en la demanda y siempre garantizando un servicio de calidad, dando monitoreo a todo lo que la persona realiza en su plan de entrenamiento y alimentación.

Los precios basados en la demanda es un método de fijación de precios donde el precio de un producto se fija en dicha demanda mencionada. Si la demanda de un producto es mayor, una organización preferirá establecer precios altos para que los productos obtengan ganancias. Por otro lado, si la demanda de un producto es menor, se cobrarán precios bajos para atraer a los clientes. Una de las ventajas de Los precios basados en la demanda ayuda a la organización a obtener más ganancias si los clientes aceptan el servicio a su precio.

4.4.9.3. ACCIONES DE PROMOCION

BEST LIFE GYM tiene el propósito de transformar y mejorar la vida los clientes contribuyendo a salud y estética, este a su vez, los clientes hablarán de nuestro negocio hacia demás personas y así ir creciendo en la mente del consumidor que tenga una posición estratégica. Por otro lado el auge de las redes sociales es una ventaja para promocionar de manera eficiente y eficazmente nuestro negocio, ya que la mayoría de las personas en la capital utilizara por lo menos una red social.

Todo esto se realizará a través de promociones ya presupuestadas y diseñadas para los clientes con el fin de que generar fidelidad. Estas son las siguientes:

- a) Descuentos a primer mes: A las personas que compren el primer mes tendrán servicios adicionales como citas con la nutricionista de manera semanal, una tabla alimenticia de acuerdo a sus condiciones, tendrán el 50% de descuento con el servicio de sauna húmedo y también tendrán una regalía de toallas y camisas con el logotipo de nuestro gimnasio.

- b) Descuentos por dos meses: Las personas que paguen dos meses al instante tendrán citas semanales con la nutricionista de manera semanal, una tabla alimenticia de acuerdo a sus condiciones, tendrán 25% de descuento baños de sauna húmedo gratis semanales con regalías de toallas y camisas con el logotipo de nuestro gimnasio y su nombre.

Además las personas que vayan generando resultados, iremos reconocimientos con los logros obtenidos, como “pérdida de peso”, “mejoramiento físico” o “mejoramiento muscular” con la finalidad de que tanto el Gimnasio como los clientes estén satisfechos con los resultados generados con el tiempo.

4.4.9.4. ACCIONES DE DISTRIBUCION

En el libro de Fischer Laura y Espejo Jorge el canal de distribución lo constituye un grupo de intermediarios relacionados entre sí que llevan los productos y servicios de los fabricantes a los consumidores y usuarios finales. Los diferentes tipos de canales de distribución corresponden a las condiciones de cada empresa, aunque en muchas de las ocasiones no constituyan un canal a la medida. Por esta razón el diseño del canal es un problema periódico para las empresas establecidas y una gran dificultad para los nuevos productores.

Nuestro enfoque es un servicio, por ende se utilizará el canal directo ya que el servicio se le ofrecemos al consumidor final, esto nos dará una ventaja una visión más cercana de nuestro clientes y así mismo nos adaptaremos a las necesidades de cada uno, ya que en si es un plan de entrenamiento con monitoreo constante.

4.4.9.5. PROYECCIONES DE VENTAS

Las proyecciones de ventas están basados tanto el porcentaje que los clientes desean tanto el servicio de ejercicio, como el servicio adicional de sauna o de un tutor capaz de cuidar a sus hijos mientras hacen sus rutinas diaria y el del sauna húmedo.

Servicios A	Gimnasio y nutrición	U\$ 40.00
Servicios B	Sauna	U\$ 20.00
Servicios C	Cuido de hijos	U\$ 5.00

Tabla #12 Tipos de servicios que se ofrecen

%	PERSONAS	SERVICIOS DEMANDADOS	CUOTAS MENSUALES	ANUAL
	290	Servicio A	U\$ 40.00	U\$ 139,200.00
38% de 290	110	Servicio B	U\$ 20.00	U\$ 26,400.00
22% de 290	69	Servicio D	U\$ 5.00	U\$ 4,140.00
	290			U\$ 169,740.00

Tabla #13 Servicios demandados

Tomamos el crecimiento poblacional según el 2017 del 1.1%, ha decaído con el paso de los años, y por ende, se pronostica los ingresos anuales de los próximos años y quedaría de la siguiente forma:

Años	Año 1 (2020)	Año 2 (2021)	Año 3 (2022)	Año 4 (2023)	Año 5 (2024)
Ventas Total	\$169,740.00	\$186,714.00	\$205,385.40	\$225,923.94	\$248,516.33

Tabla #14 Ingresos anuales

Y a continuación los ingresos con IVA

Años	Año 1 (2020)	Año 2 (2021)	Año 3 (2022)	Año 4 (2023)	Año 5 (2024)
Ventas Total	\$169,740.00	\$186,714.00	\$205,385.40	\$225,923.94	\$248,516.33

Tabla #15 Ingresos anuales con IVA

5. PLAN DE PRODUCCIÓN

5.1. OBJETIVOS

5.1.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar el proceso más eficiente y eficaz al momento de ofertar el servicio reduciendo tiempo y eliminando cuellos botella tantos para los clientes como para la empresa, personal y maquinaria que interviene.

5.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Analizar los posibles procesos del servicio y elegir cual es el más efectivo al momento de ofertarlo.
- b) Velar por toda la maquinaria que intervienen en el servicio y optar el uso adecuado tanto para la salud del cliente como la vida útil del activo fijo.
- c) Reducir tiempos innecesarios o cuellos de botellas que dificulten el proceso del flujograma utilizar recursos lo menos posible y alcanzar ágilmente el objetivo.

5.2. JUSTIFICACIÓN

El presente plan se realizó con el objetivo de minimizar tiempos y gastos al momento de ofrecer el servicio y mantener en óptimas condiciones la maquinaria o activo fijo de la empresa. Cabe destacar que se realiza un cursograma para agilizar el servicio de gimnasio, con el propósito de eliminar cuellos de botellas y movimientos innecesarios tantos para el cliente como el personal. También se realiza este documento con el fin de determinar la capacidad que tiene el negocio al ofertar el servicio con el objetivo de que nuestros clientes estén satisfechos y evitar tiempo perdido ya que ellos deben continuar con el día a día y sus responsabilidades.

5.3. CURSOGRAMA DEL SERVICIO

5.3.1. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Basado en el segmento de mercado de personas de 16 a 50 años de edad del sector las colinas de distrito V de Managua, la capacidad diaria del gimnasio será de 290 personas atendidas a lo largo del día dividida conforme a la disponibilidad de los clientes, tomando en cuenta que cierto porcentaje de las personas que trabajan

asistirán un 50% en la mañana y 50% en la tarde siendo esta el 80% de la demanda prevista , y el resto de clientes asistirán en el transcurso del día, misma que estará formada por deportistas, estudiantes entre otros siendo estos el 20 % de la demanda, siendo de gran importancia aclarar que la capacidad del local es de 50 personas en un mismo tiempo, esto debido a la cantidad de maquinaria existente y demás variables que limitan a cierta cantidad.

Tomando en cuenta que el inicio de la relación del gimnasio con los miembros dará se comenzará al momento de pagar o contraer contrato. Las actividades que completaran el servicio brindado estarán compuestas por los siguientes procesos:

- a. Ingreso al local, este será monitoreado por el guarda de seguridad quien exigirá que los miembros presente el carne debidamente entregado al momento de pagar (1 minuto o menos).
- b. Diagnóstico médico y certificado médico, este proceso será llevado a cabo por un nutricionista quien evaluara el estado corporal del miembro (edad, peso, altura, signos cardiacos) de igual forma recomendará el tiempo de ejercitación y la alimentación adecuada así mismo determinará el peso que deberá obtener en un determinado tiempo (10 minutos).
- c. Contacto con el instructor, en este proceso el instructor indicará la forma como debe realizar los ejercicios y el peso indicado que podrá soportar su cuerpo y de igual forma aclarará cualquier inconveniente que tenga (5 minutos).
- d. Calentamiento del cuerpo, este proceso iniciará el uso de la maquinaria ya sea caminadora o bicicleta y realización de la rutina, este proceso estará en dependencia de las rutinas asignadas para cada miembro (60 minutos o menos).
- e. Acceso al sauna húmedo, este proceso será utilizado después de la rutina de ejercicio o directamente después del ingreso al local (15 minutos).

- f. Break de descanso, este receso será ideal y recomendado por el instructor para descansar el cuerpo, tomar agua o hacer uso del sanitario (5 minutos)
- g. Seguimiento y control médico, este se realizara una vez a la semana, el médico valorara los resultados obtenidos modificando ciertas recomendaciones.

5.3.2. FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN

DIAGRAMA No. 1		RESUMEN					
Actividad: servicios de gimnasio acompañado con sauna, chequeos y recetas médicas. Fecha: Noviembre 2019.	Actividad	RESULTADOS					
	Origen	▲	1				
	Operación	●	5				
	Inspección	■	1				
	Transporte	➔	1				
	Demora	Ⓚ	1				
Descripción del proceso	Tiempo (min)	Símbolo					Observaciones
Proporcionar información, recibir pagos y realizar los contratos.		▲	●	■	➔	Ⓚ	Actividad realizada por la misma persona.
Apertura y limpieza del local.			●				Personal de limpieza.
Ingresos de los clientes.				■			Presentación de carné al guarda de seguridad.
Diagnostico medico			●				Nutricionista
Recomendaciones del instructor.			●				Instructor
Calentamiento del cuerpo.			●				
Realización de rutinas recomendadas.			●				De acuerdo al análisis del nutricionista e instructor
Break					➔	Ⓚ	

Tabla #16 Flujograma del servicio

En el último proceso es opcional, dependerá del cliente si el desea ingresar al sauna, en caso de que no lo haga el termina su proceso en el “break”, y luego sale de nuestro local a trabajar o realizar alguna actividad que debe realizar en su vida cotidiana.

5.4. ACTIVOS FIJOS

5.4.1. Requerimientos

Toda empresa necesita de activos fijos que intervienen en el servicio, por ende en el gimnasio se utilizan máquinas especializadas y adecuadas a la actividad del entrenamiento físico. A continuación se presenta todo los requerimientos divididos en: equipo de oficina, equipo para atención del servicio adicional para cuidados de menores y todo el equipo que interviene directamente en el servicio:

<i>Equipo de Oficina</i>			
CONCEPTO	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	TOTALES
Archivero (3 gavetas)	2	\$48.00	\$96.00
Computadora Escritorio	4	\$367.00	\$1,468.00
Impresora Multifuncional	2	\$148.00	\$296.00
Escritorio de oficina	4	\$128.00	\$512.00
Sillas ejecutiva	5	\$66.00	\$330.00
Sillas para oficina	6	\$55.00	\$330.00
Aire acondicionado	2	\$492.00	\$984.00
Teléfono	4	\$16.00	\$64.00
<i>Total equipo de Oficina</i>			<i>\$4,080.00</i>

Tabla #17 Equipo de oficina

EQUIPO DE ATENCIÓN AL CLIENTE			
EQUIPO	UNIDADES	PRECIO DE COMPRA	TOTAL
Útiles varios para activ. Menores	1	\$250	\$250
Mesas para cuido de menores	5	\$20	\$100
Sillas para clientes	10	\$20	\$200
Sillas para cuidado menores	12	\$10	\$180
TOTAL EQUIPO DE ATENCIÓN AL CLIENTE			\$730

Tabla #18 Equipo de atención al cliente

EQUIPO PARA EL SERVICIO			
CONCEPTO	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	TOTALES
Equipos para ejercicio aeróbico			
Caminadora	6	\$500.00	\$3,000.00
Spinning Bicicleta	6	\$299.00	\$1,794.00
Banca para abdominales	3	\$103.00	\$309.00
Bicicleta Estacionaria	6	\$349.00	\$2,094.00
Elíptica	5	\$504.00	\$2,520.00
Gold Mini Gimnasio	2	\$399.00	\$798.00
Weider Pro 8500	1	\$1,000.00	\$1,000.00
Equipos para ejercicio anaeróbico			
Set de Curl Bar (Pesas con barra rúnica) (10 KG a 50 KG) con su rack	1	\$2,500.00	\$2,500.00
Mancuerna 2 KG	4	\$10.00	\$40.00
Mancuerna 3 KG	4	\$14.00	\$56.00
Mancuerna 5 KG	4	\$23.00	\$92.00
Mancuerna 10 KG	4	\$47.00	\$188.00
Mancuerna 20 KG	4	\$96.00	\$384.00
Mancuerna 25 KG	4	\$121.00	\$484.00
Mancuerna 30 KG	4	\$142.00	\$568.00
Pesas rusa 5 LBS	4	\$12.00	\$48.00
Pesas rusa 8 LBS	4	\$15.00	\$60.00
Set pesas olímpicas	3	\$689.00	\$2,067.00
Squat Rack (Maquina para piernas)	3	\$400.00	\$1,200.00
Platos para pesas para piernas (2 KG a 25 KG)	3	\$1,000.00	\$3,000.00

Generador vapor sauna	2	\$655.00	\$1,310.00
Cabinas para sauna	2	\$2,000.00	\$4,000.00
Estantes para mancuernas	3	\$100.00	\$300.00
TOTAL			\$27,812.00

Tabla #19 Equipo y maquinaria para el servicio

5.4.2. TÉRMINOS Y CONDICIONES DE LA COMPRA DE EQUIPOS, MANTENIMIENTO Y REPARACIONES

5.4.2.1. COMPRA DE EQUIPOS

En la compra de equipos se adquiere toda la información necesaria y adecuada para la adquisición de los activos y equipos que a su vez, intervienen en el proceso del servicio. En la siguiente tabla se determinará todos los aspectos de los equipos, con sus características, proveedor, método de pago y el uso que se le dará:

ACTIVO	DETALLE	PROVEEDOR	CARACTERÍSTICAS	MÉTODO DE PAGO	USO QUE SE LE DARÁ
Equipos de oficina	Archivero (3 gavetas)	COOMARTS	Archivador de 3 gavetas de madera. Peso de 20 Kg, con medida de 40cm X 36cm X 56 CM con cerrojos y usuales para guardar documentos.	CONTADO	Guardar documentos y facturas indispensables para la empresa.
	Computadora Portátil	CURACAO	Computadora portátil HP, modelo 14CK0004LA, Con pantalla WLED HD SVA BrightView de 14" en diagonal (1366 x 768), que brinda imágenes más brillantes y con mayor nitidez e incluye cámara web HP con micrófono digital integrado. Incorpora un procesador Intel® Celeron® N4000 de doble núcleo y 4MB de cache + 4GB de memoria SDRAM DDR4-2400 y sistema operativo Windows 10 Home 64.	CONTADO	Almacenar información útil e importante para saber la situación de la empresa.

	Impresora Multifuncional	CURACAO	Impresora 315 de HP, imprima fácilmente grandes volúmenes con un costo por página extremadamente bajo con sistema de tinta confiable y sin derrames, imprime hasta 8.000 páginas a color o 6.000 páginas en negro y produzca calidad excepcional.	CONTADO	Imprime las facturas que necesitará la recepcionista/cajera al momento de entregarle al cliente y archivo en la empresa.
	Escritorio de oficina	CURACAO	Escritorio para computadora Commodity, modelo CT3541. Un práctico mueble para computadora fabricado en mdf de color café con soportes de metal en color blanco. El mueble incluye 2 prácticas gavetas e integra un práctico HUB extensor con 3 puertos USB 2.0 y conector de audífonos y micrófono para hacer las conexiones de periféricos y demás dispositivos fácilmente.	CONTADO	Apoyo para las computadoras, archivos y demás materiales de oficina.
	Sillas ejecutiva	CURACAO	Silla de oficina Sauder modelo O317F63, le dará a tus largas horas de trabajo el mejor confort. Está diseñada en color rojo para darle el mejor estilo a tu entorno.	CONTADO	Comodidad del personal
	Sillas para oficina	CURACAO	Silla Sauder modelo O315F64, con diseño moderno y alta comodidad. Dimensiones de alto 99 cm, ancho, 45 cm y profundidad de 52 cm.	CONTADO	Comodidad del personal
	Aire acondicionado	CURACAO	Aire acondicionado Frigidaire con capacidad de 12000 BTU, modelo FAIE12A2RBHQ. Equipado con tecnología Inverter para aclimatar las habitaciones de manera eficiente, ahorrando y protegiendo tu consumo energético.	CONTADO	Comodidad y ambiente al personal
Equipos de atención al cliente	Útiles varios para activ. Menores	MERCADO ORIENTAL	Utensilios para colorear, dibujar, papeles de colores y entre otros útiles para realizar actividades recreativas para niños.	CONTADO	Servicio adicional para el cuidado de menores de nuestros clientes.
	Mesas para cuidado de menores	MERCADO ORIENTAL	Mesas de plásticos para 2 niños en convivencia.	CONTADO	Servicio adicional para el cuidado de menores de nuestros clientes.

	Sillas para clientes	MUEBLES EN LINEA	Silla de espera para oficinas Material: Estructura metálica, asiento y espaldar con esponja tapizada con tela. Colores: Esta silla de espera se puede personalizar, color al gusto del cliente. Tapones plásticos en patas para proteger piso. Esta silla es apilable.	CONTADO	Comodidad para los clientes.
	Sillas para cuidado menores	MERCADO ORIENTAL	Sillas de plásticos y cómodas para niños menores de 8 años.	CONTADO	Servicio adicional para el cuidado de menores de nuestros clientes.
Equipo para el servicio	Caminadora	SIMAN	Gold Gym Trainer 720 Treadmill, 18 aplicaciones de entrenamiento, pantalla multiventana LED, amortiguación AirStride, Motor de G-Force 2 Comercial, 0 a 10 por ciento de control de inclinación QuickSelect; 0 a 10 MPH; selección rápida de control de velocidad; dual-grip pulsómetro PowerPulse; enfriar Aire fan entrenamiento.	CREDITO	Para clientes que realicen ejercicio aeróbicos y/o cardio.
	Spinning Bicicleta	SIMAN	Bicicleta Spinning marca Nu Sportia modelo NS-SP708 con sistema de banda silenciosa, ajustable, manubrios ajustables, resistencia ajustable, cuadro de acero durable, cubiertas con vista de fibra de carbón, freno de emergencia. Soporta hasta un peso de 260 Lbs.	CREDITO	Para clientes que realicen ejercicio aeróbicos y/o cardio.
	Banca para abdominales	CURACAO	Banca para abdominales Pro-Go modelo F-45133 para movimientos sencillos y constantes, diseñada con base de metal y con un contador de abdominales, tiempo y calorías.	CREDITO	Los clientes que necesiten apoyo para realizar abdominales.
	Bicicleta Estacionaria	CURACAO	Bicicleta Pro-Go modelo F91202, con varios niveles de resistencia ajustable, capacidad para 260 libras, equipada con un monitor de actividad, calorías quemadas, scan y distancia recorrida.	CREDITO	Utilizada por los clientes para ejercicio aeróbicos y/o cardio.

Elíptica	CURACAO	Elíptica Pro Go PFEL02917 paso a paso, con varias posiciones, volante con inercia de 13 lb, 12 niveles de resistencia, pantalla auxiliar y con soporte de botella de agua.	CREDITO	Utilizada por los clientes para ejercicio aeróbicos y/o cardio.
Gold Mini Gimnasio	SIMAN	Gold's Gym modelo Ggsy24613 con una pila de peso de 112 lb, estación combinada de presión, desarrollador de patas de 4 rollos, poleas altas y bajas, barra de lateral y un tabla de ejercicio diseñada por entrador certificado.	CREDITO	Para clientes que realiza actividades bíceps, tríceps, pectorales.
Weider Pro 8500	SIMAN	Weider Pro 8500 con banco multifuncional ajustable, ajuste de posición inclinado, declinado y horizontal, extensión de varazo, levantamiento para bíceps, rack para sentadillas de 4 postes, extensión de piernas y femoral acostado 6 rodillos, agarradera lat bar, almacén de discos y trabaja espalda en polea alta.	CREDITO	Para cliente que realiza una variedad de entrenamiento, brazos, piernas entre otros.
Set de Curl Bar (Pesas con barra rúnica) (10 KG a 50 KG) con su rack	SIMAN	Un set de pesas con barra rúnica que llevan pares de 10 KG a 50 KG marca PowerFit con su estante o rack.	CREDITO	Usada por los clientes para ejercicio anaeróbico para brazos, hombros y pectorales.
Mancuerna 2 KG	SIMAN	Mancuernas de Vinil con un peso de 2 KG tradicional.	CREDITO	Usada por los clientes para ejercicio anaeróbico para brazos, hombros y tríceps.
Mancuerna 3 KG	SIMAN	Mancuernas de Vinil con un peso de 3 KG tradicional.	CREDITO	Usada por los clientes para ejercicio anaeróbico para brazos, hombros y tríceps.
Mancuerna 5 KG	SIMAN	Mancuernas de Vinil con un peso de 5 KG tradicional.	CREDITO	Usada por los clientes para ejercicio anaeróbico para brazos, hombros y tríceps.
Mancuerna 10 KG	SIMAN	Mancuernas de Vinil con un peso de 10 KG tradicional.	CREDITO	Usada por los clientes para ejercicio anaeróbico

				para brazos, hombros y tríceps.
Mancuerna 20 KG	SIMAN	Mancuernas de Vinil con un peso de 20 KG tradicional.	CREDITO	Usada por los clientes para ejercicio anaeróbico para brazos, hombros y tríceps
Mancuerna 25 KG	SIMAN	Mancuernas de Vinil con un peso de 25 KG tradicional.	CREDITO	Usada por los clientes para ejercicio anaeróbico para brazos, hombros y tríceps
Mancuerna 30 KG	SIMAN	Mancuernas de Vinil con un peso de 30 KG tradicional.	CREDITO	Usada por los clientes para ejercicio anaeróbico para brazos, hombros y tríceps.
Pesas rusa 5 LBS	SIMAN	Pesa rusa marca Everlast con un peso de 5 libras o 2 KG.	CREDITO	Usada por los clientes para ejercicio anaeróbico para brazos, hombros y tríceps
Pesas rusa 8 LBS	SIMAN	Pesa rusa marca Everlast con un peso de 8 libras o 3 KG.	CREDITO	Usada por los clientes para ejercicio anaeróbico para brazos, hombros y tríceps
Set pesas olímpicas	SIMAN	Set de pesas olímpicas marca Runic con su barra olímpica, discos de 45 Lb, 35 lb, 4 discos de 25 lb, discos de 10 lb y 5 lb.	CREDITO	Cliente que deseen hacer ejercicio anaeróbico para brazos, hombros y pectorales.
Squat Rack (Maquina para piernas)	LA CURACAO	Máquina para piernas Squat Rack diseñada para realizar ejercicios anaeróbicos especializado para piernas.	CREDITO	Cientes que necesiten realizar ejercicio de piernas con pesas
Platos para pesas para piernas (2 KG a 25 KG)	SIMAN	Platos para la máquina mencionada anteriormente con pesos de 2 KG a 25 KG marca Runic.	CREDITO	Usadas por los clientes para la maquinaria mencionada anteriormente

Generador vapor sauna	FONT NICARAGUA	Generador vapor para Sauna 6KW 220V con temperaturas de 40 grados a 55 grados centígrados.	CREDITO	Generará calor y vapor a los cuartos de sauna para los clientes.
Cabinas para sauna	FONT NICARAGUA	Construcción para cabina del sauna para mujeres y hombres.	CREDITO	Construcción dedicada para los baños sauna para la comodidad de los clientes.
Estantes para mancuernas	SIMAN	Estante para mancuernas marca Runic para cualquier peso.	CREDITO	Estante que se usará para mantener las mancuernas ordenadas.

Tabla #20 Especificaciones de la maquinaria y equipo

5.4.2.2. BALANCE DE LOS REQUERIMIENTOS DE ACTIVOS FIJOS

La inversión total que se realizará es de U\$ 42,749.80 en el cual el 75% será de préstamos y el 25% será de fondos propios, con el fin de adquirir el equipo de atención de cliente, equipo de servicio, el acondicionamiento de local y gastos pre operativos se pagará de los fondos mencionada; los activos fijos y capital será por préstamos. El banco que brindará el préstamo será BANPRO, debido a la facilidad de financiamiento y no se necesita tantos requisitos como los demás bancos.

Concepto	Inversión total	Financiamiento	
	Monto	Fondos Propios	Préstamos
Terreno y Edificio	\$ -	23%	77%
Equipo de Oficina y Producción	\$32,507.00	\$4,695.00	\$27,812.00
Acondicionamiento local	\$1,000.00	\$1,000.00	
Equipo de atención al cliente	\$730.00	\$730.00	
Equipo de oficina	\$2,965.00	\$2,965	\$350.00
Equipo de servicio	\$27,812.00		\$27,812.00

Capital de Trabajo:	\$5,000.00		\$5,000.00
Capital Trabajo	\$5,000.00		
Gastos pre operativos	\$5,242.20	\$5,137.32	\$104.88
Gastos pre operativos	\$5,242.20		
Totales:	\$43,099.20	\$9,832.32	\$33,266.88
	Total	Aporte	Financiamiento
	100%	13%	87%

Tabla #21 Financiamiento del plan de negocio

5.4.2.3. GASTOS DE MANTENIMIENTO

Para mantener los activos fijos de manera eficiente y eficaz, se necesita de mantenimiento, por consiguiente, se realizar un presupuesto para los gastos de mantenimiento para toda la maquinaria que tendrá el negocio, cabe destacar que hará 2 tipos de mantenimientos, en el cual la mayoría del mantenimiento es preventivo y el resto correctivo:

ACTIVO	DETALLE	CANTIDAD
Equipos de oficina	Archivero (4 gavetas)	2
	Computadora Escritorio	3
	Impresora Multifuncional	1
	Escritorio de oficina	3
	Sillas ejecutiva	5
	Sillas para oficina	6
	Aire acondicionado	2
Equipos de atención al cliente	Útiles varios para activ. Menores	
	Mesas para cuidado de menores	5
	Sillas para clientes	10

	Sillas para cuidado menores	12
Equipo para el servicio	Caminadora	6
	Spinning Bicicleta	6
	Banca para abdominales	3
	Bicicleta Estacionaria	6
	Elíptica	5
	Gold Mini Gimnasio	2
	Weider Pro 8500	1
	Generador vapor sauna	2
	Cabinas para sauna	2
	Estantes para mancuernas	3
TOTAL	\$25,000.00	85

Tabla #22 Gastos de mantenimiento

En cuantos a nuestras instalaciones, se hará un acondicionamiento de \$1,000.00 anual para mantener óptimas todo el entorno del servicio. En cuanto relacionado al mantenimiento de maquinarias:

- 1) Limpieza general de la maquinaria.
- 2) Cambio de correa a las máquinas de cardio.
- 3) Repuestos para las máquinas con la especificaciones adecuadas.
- 4) Reajustes de carga y balanceo de las máquinas.

Con referente a los mantenimientos correctivos, si en algún dado caso está una parte dañada o en mal estado, se realizaría un cambio de dicha parte realizado por nuestro proveedor de mantenimientos de máquinas especializadas con gimnasios.

A las computadoras e impresoras multifuncionales se le realizará un mantenimiento preventivo trimestralmente los sábados después del mediodía, y al tercer año un mantenimiento correctivo para algún repuesto en mal estado. Al escritorio de oficina y todas las sillas ejecutivas se realizará un mantenimiento y limpieza general, también ajustes de posición a los cilindros. A los aire acondicionado limpieza general trimestralmente un sábado al mediodía. Al servicio adicional de cuido de niños mientras

los clientes hacen ejercicio, tanto a las mesas y sillas se le realizará mantenimientos y limpieza general.

A las caminadoras, bicicleta spinning, bicicleta estacionaria, elíptica se le debe realizar un cambio de banda y limpieza en general. Banca abdominal, Gold mini gimnasio, Weider pro y Squat rack para piernas una limpieza amplia y profunda cada semestre.

ACTIVO	DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Equipo de oficina	Computadora Escritorio	C\$ 5,100.00	C\$ 5,610.00	C\$ 6,171.00	C\$ 6,788.10	C\$ 7,466.91
	Impresora Multifuncional	C\$ 5,100.00	C\$ 5,610.00	C\$ 6,171.00	C\$ 6,788.10	C\$ 7,466.91
	Escritorio de oficina	C\$ 3,400.00	C\$ 3,740.00	C\$ 4,114.00	C\$ 4,525.40	C\$ 4,977.94
	Sillas ejecutiva	C\$ 1,700.00	C\$ 1,870.00	C\$ 2,057.00	C\$ 2,262.70	C\$ 2,488.97
	Sillas para oficina	C\$ 1,700.00	C\$ 1,870.00	C\$ 2,057.00	C\$ 2,262.70	C\$ 2,488.97
	Aire acondicionado	C\$ 8,500.00	C\$ 9,350.00	C\$ 10,285.00	C\$ 11,313.50	C\$ 12,444.85
Equipo de servicio adicional cliente	Mesas para cuidado de menores	C\$ 1,258.00	C\$ 1,383.80	C\$ 1,522.18	C\$ 1,674.40	C\$ 1,841.84
	Sillas para clientes	C\$ 6,392.00	C\$ 7,031.20	C\$ 7,734.32	C\$ 8,507.75	C\$ 9,358.53
	Sillas para cuidado menores	C\$ 850.00	C\$ 935.00	C\$ 1,028.50	C\$ 1,131.35	C\$ 1,244.49
Equipo para el servicio	Caminadora	C\$ 20,400.00	C\$ 22,440.00	C\$ 24,684.00	C\$ 27,152.40	C\$ 29,867.64
	Spinning Bicicleta	C\$ 20,400.00	C\$ 22,440.00	C\$ 24,684.00	C\$ 27,152.40	C\$ 29,867.64
	Banca para abdominales	C\$ 6,800.00	C\$ 7,480.00	C\$ 8,228.00	C\$ 9,050.80	C\$ 9,955.88
	Bicicleta Estacionaria	C\$ 20,400.00	C\$ 22,440.00	C\$ 24,684.00	C\$ 27,152.40	C\$ 29,867.64
	Elíptica	C\$ 20,400.00	C\$ 22,440.00	C\$ 24,684.00	C\$ 27,152.40	C\$ 29,867.64
	Gold Mini Gimnasio	C\$ 10,200.00	C\$ 11,220.00	C\$ 12,342.00	C\$ 13,576.20	C\$ 14,933.82
	Squat Rack para piernas	C\$ 8,500.00	C\$ 9,350.00	C\$ 10,285.00	C\$ 11,313.50	C\$ 12,444.85
	Weider Pro 8500	C\$ 10,200.00	C\$ 11,220.00	C\$ 12,342.00	C\$ 13,576.20	C\$ 14,933.82

	Generador vapor sauna	C\$ 10,200.00	C\$ 11,220.00	C\$ 12,342.00	C\$ 13,576.20	C\$ 14,933.82
	Cabinas para sauna	C\$ 6,800.00	C\$ 7,480.00	C\$ 8,228.00	C\$ 9,050.80	C\$ 9,955.88
	Estantes para mancuernas	C\$ 1,700.00	C\$ 1,870.00	C\$ 2,057.00	C\$ 2,262.70	C\$ 2,488.97
TOTAL		C\$ 170,000.00	C\$ 187,000.00	C\$ 205,700.00	C\$ 226,270.00	C\$ 248,897.00
TOTAL EN U\$		\$5,000.00	\$5,500.00	\$6,050.00	\$6,655.00	\$7,320.50

Tabla #23 Gastos de mantenimiento por maquinaria en términos monetarios

En el cuadro anterior es la determinación de los mantenimientos que se realizarán durante los 5 años pronosticados tomando en cuenta la tasa inflación en relación al poder adquisitivo.

5.4.3. VIDA ÚTIL DE LOS ACTIVOS

Los activos fijos de la empresa poseen una vida útil, por ende, con el tiempo se va deteriorando hasta quedar obsoleto, a esto contablemente se le conoce como depreciación. Dicha depreciación se ve controlar con las especificaciones técnicas de las fábricas o comercialización, el deterioro causado por el uso y también el avance de la tecnología y la investigación.

Según el decreto No. 01-2013 del reglamento de la Ley No. 822, Ley de Concertación Tributaria nos especifica la vida útil de cada activo fijo, sin embargo, en las maquinarias de gimnasio, en las especificaciones y característica nos da a conocer la vida útil de cada activo o maquinaria que se adquiere en la empresa:

CUADRO DE DEPRECIACIÓN DE BEST LIFE GYM									
ACTIVOS	Vida Útil	Años					Dep Acum.	Valor Residual	VALOR TOTAL
		1	2	3	4	5			
<i>Equipo de Oficina</i>									
Archivero (3 gavetas)	5	\$28.00	\$28.00	\$28.00	\$28.00	\$28.00	\$140.00	\$0.00	\$140.00
Computadora	5	\$231.00	\$231.00	\$231.00	\$231.00	\$231.00	\$1,155.00	\$0.00	\$1,155.00

Escritorio									
Impresora Multifuncional	5	\$140.00	\$140.00	\$140.00	\$140.00	\$140.00	\$700.00	\$0.00	\$700.00
Escritorio de oficina	5	\$450.00	\$450.00	\$450.00	\$450.00	\$450.00	\$2,250.00	\$0.00	\$2,250.00
Sillas ejecutiva	5	\$75.00	\$75.00	\$75.00	\$75.00	\$75.00	\$375.00	\$0.00	\$375.00
Sillas para oficina	5	\$24.00	\$24.00	\$24.00	\$24.00	\$24.00	\$120.00	\$0.00	\$120.00
Aire acondicionado	5	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$600.00	\$0.00	\$600.00
Mesas para cuidado de menores	5	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$100.00	\$0.00	\$100.00
Sillas para clientes	5	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$200.00	\$0.00	\$200.00
Sillas para cuidado menores	5	\$36.00	\$36.00	\$36.00	\$36.00	\$36.00	\$180.00	\$0.00	\$180.00
Equipo para el servicio									
Caminadora	10	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$3,000.00
Spinning Bicicleta	10	\$179.40	\$179.40	\$179.40	\$179.40	\$179.40	\$897.00	\$897.00	\$1,794.00
Banca	10	\$30.90	\$30.90	\$30.90	\$30.90	\$30.90	\$154.50	\$154.50	\$309.00
Bicicleta Estacionaria	10	\$209.40	\$209.40	\$209.40	\$209.40	\$209.40	\$1,047.00	\$1,047.00	\$2,094.00
Elíptica	10	\$252.00	\$252.00	\$252.00	\$252.00	\$252.00	\$1,260.00	\$1,260.00	\$2,520.00
Gold Mini Gimnasio	10	\$79.80	\$79.80	\$79.80	\$79.80	\$79.80	\$399.00	\$399.00	\$798.00
Weider Pro 8500	10	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$500.00	\$500.00	\$1,000.00
Set de Curl Bar (Pesas con barra rúnica) (10 KG a 50 KG) con su rack	5	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$2,500.00	\$0.00	\$2,500.00
Mancuerna 2 KG	5	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$40.00	\$0.00	\$40.00
Mancuerna 3 KG	5	\$11.20	\$11.20	\$11.20	\$11.20	\$11.20	\$56.00	\$0.00	\$56.00
Mancuerna 5 KG	5	\$18.40	\$18.40	\$18.40	\$18.40	\$18.40	\$92.00	\$0.00	\$92.00
Mancuerna 10 KG	5	\$37.60	\$37.60	\$37.60	\$37.60	\$37.60	\$188.00	\$0.00	\$188.00

Mancuerna 20 KG	5	\$76.80	\$76.80	\$76.80	\$76.80	\$76.80	\$384.00	\$0.00	\$384.00
Mancuerna 25 KG	5	\$96.80	\$96.80	\$96.80	\$96.80	\$96.80	\$484.00	\$0.00	\$484.00
Mancuerna 30 KG	5	\$113.60	\$113.60	\$113.60	\$113.60	\$113.60	\$568.00	\$0.00	\$568.00
Pesas rusa 5 LBS	5	\$9.60	\$9.60	\$9.60	\$9.60	\$9.60	\$48.00	\$0.00	\$48.00
Pesas rusa 8 LBS	5	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$60.00	\$0.00	\$60.00
Set pesas olímpicas	5	\$413.40	\$413.40	\$413.40	\$413.40	\$413.40	\$2,067.00	\$0.00	\$2,067.00
Squat Rack (Maquina para piernas)	5	\$240.00	\$240.00	\$240.00	\$240.00	\$240.00	\$1,200.00	\$0.00	\$1,200.00
Platos para pesas para piernas (2 KG a 25 KG)	5	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$3,000.00	\$0.00	\$3,000.00
Generador Vapor Sauna	5	\$262.00	\$262.00	\$262.00	\$262.00	\$262.00	\$1,310.00	\$0.00	\$1,310.00
Construcción cuarto vapor	10	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$4,000.00
Estantes para mancuernas	5	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$300.00	\$0.00	\$300.00
Depreciación total		\$5,114.90	\$5,114.90	\$5,114.90	\$5,114.90	\$5,114.90	\$25,574.50	\$7,757.50	\$33,332.00

Tabla #24 Vida útil y depreciación de los activos fijos

Como se aprecia en la tabla anterior, es la depreciación acumulada anual en los primeros cinco años futuros, teniendo en cuenta la vida útil de las maquinarias dentro de las especificaciones ya consultadas.

5.4.4. CAPACIDAD PLANIFICADA Y FUTURA

Con el pasar del tiempo la demanda a en término de crecimiento poblacional va aumentando considerablemente, por ende se necesita determinar de la capacidad actual que se posee en el servicio; y planificar a largo plazo como se puede satisfacer el crecimiento de dicha demanda.

Capacidad	Servicios que se pueden atender	Participación de mercado en servicio	Eficiencia de sistema	Capacidad ociosa
Año 1	6,000	3,480	58%	42%
Año 2	6,600	3,828	58%	40%
Año 3	7,260	4,300	59%	41%
Año 4	7,986	4,700	59%	41%
Año 5	8,784	5,800	60%	40%

Tabla #25 Capacidad planificada y futura

Como se aprecia en la tabla anterior, tenemos una eficiencia del 58%, esto es debido a la demanda de acuerdo a los lapso de horarios del día, es decir, la demanda recae principalmente muy de mañana (5:00 am a 8:00 am) y el resto de la tarde y noche (5:30 pm a 9:00 pm) recayendo así, el período ocioso entre el mediodía (11:30 a 1:30 pm) debido a que el período con menor demanda, debido al factor de alimentación o almuerzo o el factor de temperatura del macro entorno.

Y para la capacidad futura se pretende expandir el negocio con otra plaza cercana dedicada también al servicio integro de gimnasio y sauna, con la finalidad de poder seguir cubriendo la demanda futura, contado con la adquisición de nuevas máquinas a mediano y largo plazo (tercer a quinto año).

5.4.5. COSTO TOTALES DEL SERVICIO

En cuanto a nuestro servicio, no se requerirá alguna materia prima, pero si el personal influirá en dicho proceso de servicio tanto directa como indirectamente, y también nos apoyaremos algunos utensilios como sales minerales, proteínas, botellas de agua y

otros elementos que agreguen valor a nuestro servicio, por ende se destacará en un 10% de las ventas:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 169,740.00	\$ 186,714.00	\$ 205,385.40	\$ 225,923.94	\$ 248,516.33
Costo de los bienes vendidos	\$ 16,974.00	\$ 18,671.40	\$ 20,538.54	\$ 22,592.39	\$ 24,851.63

Tabla #25 Costos del servicio ofrecido

En la tabla anterior se aprecias los costos, con la finalidad de que el servicio se le agregue un valor adicional, con el fin que nuestra marca sea reconocible (marketing); y en términos financieros es una oportunidad para generar ingresos con el tiempo.

5.4.5.1. MANO DE OBRA DIRECTA

La mano de obra directa es aquella que influye en el servicio y que directamente lo moldea añadiendo un valor adicional, como es en el caso del instructor que vigilará las rutinas que realicen los clientes y el nutricionista que brindará información acerca de la condición actual del cliente.

Mano de obra directa	Número de personas encargados	Salario mensual en \$ por c/u	Salario Anual
Nutricionista	2	\$ 425.00	\$10,200.00
Instructor	2	\$ 350.00	\$8,400.00

Tabla #26 Salario bruto de la mano de obra directa

En la tabla anterior apreciamos el salario bruto de los colaboradores en el cual se destaca que la mano de obra directa suma un total de \$18,600.00 en los dos horarios laborales (de 5:00 am a 1:00 pm y de 1:01 pm a 9 pm).

5.4.5.2. MANO DE OBRA INDIRECTA

La mano de obra indirecta es la remuneración que se entrega al trabajo realizado por el personal que labora en las áreas operativas pero no se relaciona de forma directa con el producto. Como se puede apreciar, la mayoría del personal recae en los costos indirectos, pero aun así juegan un papel importante para el servicio.

Mano de obra indirecta	Número de personas encargados	Salario mensual en \$ por c/u	Salario Anual
Gerente	1	\$700.00	\$8,400.00
Cajera/recepcionista	2	\$235.00	\$5,640.00
Seguridad	2	\$200.00	\$4,800.00
Niñera	2	\$212.50	\$5,100.00
Limpieza	2	\$175.00	\$4,200.00
Contador	2	\$250.00	\$6,000.00

Tabla #27 Salario bruto de la mano de obra indirecta

Cabe destacar que la mayoría de la mano de obra es indirecta, pero aun así estos colaboradores generan un valor al proceso del servicio y a su vez son indispensable para que la empresa funcione en óptimas condiciones.

5.4.5.3. PROYECCIÓN DE SALARIOS DE LA MANO DE OBRA DIRECTA

Conforme al MITRAB (Ministerio de Trabajo), el aumento salarial anual tendría a hacer en un 10%, por ende se proyectan así los salarios anuales, sin incluir las prestaciones de cada colaborador en la mano de obra directa.

Mano de obra directa	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nutricionista (2)	\$10,200.00	\$11,220.00	\$12,342.00	\$13,576.20	\$14,933.82
Instructores (2)	\$8,400.00	\$9,240.00	\$10,164.00	\$11,180.40	\$12,298.44

Tabla #28 Proyecciones de salarios bruto de la mano de obra directa

5.4.5.4. PROYECCIÓN DE SALARIOS DE LA MANO DE OBRA INDIRECTA

Por otra parte, también se debe representar el aumento salarial anual para la mano de obra indirecta siempre contando con la tasa de aumento del Ministerio de Trabajo:

Mano de obra indirecta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	\$8,400.00	\$9,240.00	\$10,164.00	\$11,180.40	\$12,298.44
Cajera/recepcionistas (2)	\$5,640.00	\$6,204.00	\$6,824.40	\$7,506.84	\$8,257.52
Seguridad (2)	\$4,800.00	\$5,280.00	\$5,808.00	\$6,388.80	\$7,027.68
Niñeras (2)	\$5,100.00	\$5,610.00	\$6,171.00	\$6,788.10	\$7,466.91
Limpieza (2)	\$4,200.00	\$4,620.00	\$5,082.00	\$5,590.20	\$6,149.22
Contador (2)	\$6,000.00	\$6,600.00	\$7,260.00	\$7,986.00	\$8,784.60

Tabla #29 Proyecciones de los salarios brutos de la mano de obra indirecta

En el primer año se determina un \$52,140.00 de salario bruto creciendo en un 10% hasta llegar al quinto año con un monto de \$76,338.17 siendo la diferencia de crecimiento con \$23,928.17 .

5.4.5.5. DETERMINACIÓN DE SALARIOS CON TODAS SUS PRESTACIONES

Toda empresa formal debe tener sujeta a sus empleados inscrito en el seguro social, por lo tanto se necesita determinar todas las prestaciones que se presentarán una vez inscritos, en la siguiente tabla se aprecia todas las prestaciones que debemos realizar como empresa a nuestros empleados, generando un 44% total del salario bruto:

Salarios	Salario Bruto	INSS patronal	INATEC	Decimotercer mes	Vacaciones	Salario Neto	Incentivo	Total en C\$	Total en US
MANO DE OBRA DIRECTA									
Nutricionista A	C\$14,450.00	C\$3,251.25	C\$289.00	C\$1,203.69	C\$1,203.69	C\$20,397.62	C\$410.38	C\$20,808.00	\$612.00
Nutricionista B	C\$14,450.00	C\$3,251.25	C\$289.00	C\$1,203.69	C\$1,203.69	C\$20,397.62	C\$410.38	C\$20,808.00	\$612.00
Instructor A	C\$11,900.00	C\$2,677.50	C\$238.00	C\$991.27	C\$991.27	C\$16,798.04	C\$337.96	C\$17,136.00	\$504.00
Instructor B	C\$11,900.00	C\$2,677.50	C\$238.00	C\$991.27	C\$991.27	C\$16,798.04	C\$337.96	C\$17,136.00	\$504.00
MANO DE OBRA INDIRECTA									
Gerente	C\$23,800.00	C\$5,355.00	C\$476.00	C\$1,982.54	C\$1,982.54	C\$33,596.08	C\$675.92	C\$34,272.00	\$1,008.00
Cajera/recepcionista A	C\$7,990.00	C\$1,797.75	C\$159.80	C\$665.57	C\$665.57	C\$11,278.68	C\$226.92	C\$11,505.60	\$338.40
Cajera/recepcionista B	C\$7,990.00	C\$1,797.75	C\$159.80	C\$665.57	C\$665.57	C\$11,278.68	C\$226.92	C\$11,505.60	\$338.40
Seguridad A	C\$6,800.00	C\$1,530.00	C\$136.00	C\$566.44	C\$566.44	C\$9,598.88	C\$193.12	C\$9,792.00	\$288.00
Seguridad B	C\$6,800.00	C\$1,530.00	C\$136.00	C\$566.44	C\$566.44	C\$9,598.88	C\$193.12	C\$9,792.00	\$288.00
Niñera A	C\$7,225.00	C\$1,625.63	C\$144.50	C\$601.84	C\$601.84	C\$10,198.81	C\$205.19	C\$10,404.00	\$306.00
Niñera B	C\$7,225.00	C\$1,625.63	C\$144.50	C\$601.84	C\$601.84	C\$10,198.81	C\$205.19	C\$10,404.00	\$306.00
Limpieza A	C\$5,950.00	C\$1,338.75	C\$119.00	C\$495.64	C\$495.64	C\$8,399.02	C\$168.98	C\$8,568.00	\$252.00
Limpieza B	C\$5,950.00	C\$1,338.75	C\$119.00	C\$495.64	C\$495.64	C\$8,399.02	C\$168.98	C\$8,568.00	\$252.00
Contador A	C\$8,500.00	C\$1,912.50	C\$170.00	C\$708.05	C\$708.05	C\$11,998.60	C\$241.40	C\$12,240.00	\$360.00
Contador B	C\$8,500.00	C\$1,912.50	C\$170.00	C\$708.05	C\$708.05	C\$11,998.60	C\$241.40	C\$12,240.00	\$360.00
TOTAL	C\$149,430.00	C\$33,621.75	C\$2,988.60	C\$12,447.52	C\$12,447.52	C\$210,935.39	C\$4,243.81	C\$215,179.20	\$6,328.80
REDONDEANDO EL DÓLAR A C\$ 34.00									

Tabla #30 Planilla salarial de la empresa

En la tabla anterior se detalló a todos los colaboradores con sus salarios y prestaciones correspondiente, dando un total de \$6,328.80 mensualmente y de manera anual con \$75,945.60 .

5.4.5.6. PROYECCIÓN DE LOS SALARIOS CON SUS PRESTACIONES

Una vez inscritos, las prestaciones total se calcula en un 44% del salario bruto, por consiguiente se puede determinar el salario neto de los colaboradores y también se pronostica los salarios de los 5 años próximos, teniendo en cuenta tanto las prestaciones con el porcentaje del 10% de aumento salarial del Ministerio de Trabajo.

Detalle del costo del personal con prestaciones					
Costo personal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empleados	15	15	15	15	15
Salarios	\$ 52,740.00	\$ 58,014.00	\$ 63,815.40	\$ 70,196.94	\$ 77,216.63
Prestaciones +	\$ 23,205.60	\$ 25,526.16	\$ 28,078.78	\$ 30,886.65	\$

seguridad social					33,975.32
Total costo personal	\$ 75,945.60	\$ 83,540.16	\$ 91,894.18	\$ 101,083.59	\$ 111,191.95
Prestaciones y Régimen Social están calculadas como un 44% sobre el salario de empleados (con INSS, INATEC, DECIMOTERCER MES Y VACACIONES)					

Tabla #31 Detalle del costo del personal con sus prestaciones

5.4.6. GASTOS GENERALES DE LA EMPRESA

En la siguiente tabla se contabiliza todos los gastos que se realizarán, los gastos de ventas por regalías de camisetas y carnet con código QR, gastos de mantenimiento para la maquinaria y activo fijo, los gastos administrativos de todo el personal, los servicios básicos, los porcentajes de impuestos de ventas, los materiales de reposición y la depreciación:

Gastos Generales					
Detalles	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Presupuesto de Mercadeo	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00
Depreciación	\$ 4,850.10	\$ 4,850.10	\$ 4,850.10	\$ 4,850.10	\$ 4,850.10
Servicios básicos (agua, luz teléf., internet)	\$ 2,550.00	\$ 2,805.00	\$ 3,085.50	\$ 3,394.05	\$ 3,733.46
Agua	\$ 500.00	\$ 550.00	\$ 605.00	\$ 665.50	\$ 732.05
Luz	\$ 1,600.00	\$ 1,760.00	\$ 1,936.00	\$ 2,129.60	\$ 2,342.56
Teléfono	\$ 150.00	\$ 165.00	\$ 181.50	\$ 199.65	\$ 219.62
Internet	\$ 300.00	\$ 330.00	\$ 363.00	\$ 399.30	\$ 439.23
Materiales de reposición	\$ 626.00	\$ 688.60	\$ 757.46	\$ 833.21	\$ 916.53
1% sobre ventas	\$ 1,697.40	\$ 1,867.14	\$ 2,053.85	\$ 2,259.24	\$ 2,485.16

Matricula alcaldía (2%)	\$ 3,394.80	\$ 3,734.28	\$ 4,107.71	\$ 4,518.48	\$ 4,970.33
Gastos Generales	\$ 13,268.30	\$ 14,095.12	\$ 15,004.62	\$ 16,005.07	\$ 17,105.57
Gastos Generales sin depreciación	\$ 8,418.20	\$ 9,245.02	\$ 10,154.52	\$ 11,154.97	\$ 12,255.47
Gastos de administración	\$ 75,945.60	\$ 83,540.16	\$ 91,894.18	\$ 101,083.59	\$111,191.95
Gastos de ventas	\$ 3,480.00	\$ 3,828.00	\$ 4,210.80	\$ 4,631.88	\$ 5,095.07
Gastos de mantenimiento	\$ 5,000.00	\$ 5,500.00	\$ 6,050.00	\$ 6,655.00	\$ 7,320.50
Gastos totales sin depreciación	\$ 92,843.80	\$ 102,113.18	\$112,309.50	\$ 123,525.45	\$135,862.99
Gastos totales con depreciación	\$ 97,693.90	\$ 106,963.28	\$117,159.60	\$ 128,375.55	\$140,713.09

Tabla #32 Gastos generales de la empresa

6. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

6.1. FORMA DE LA EMPRESA

La forma de constitución legal de la empresa será sociedad colectiva debido a dicha empresa se constituye con dos o más personas que no son familiares y no se tienen una confianza plena con respecto al capital de la empresa. La ventaja de la sociedad colectiva es no se dividen en acciones sino en participación social que no pueden ser cedidas a terceros sin la previa autorización de todos los socios, generando seguridad de lo que se aportó de cada uno y deben estar de acuerdo entre todos para que esta sociedad se disuelva. Los socios deben ser responsables equitativamente con las deudas y obligaciones sociales. La única desventaja de esta sociedad es la característica de solidaria, es decir, la totalidad de las deudas se responden generalmente y no por la parte que se aportó, generando a su vez incomodidad entre los socios.

El tamaño de la empresa según la Ley 645, ley de promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa, es una empresa pequeña según los empleados contará con 15 colaboradores y también el valor en córdobas de los activos totales que se adquieran. A continuación se presenta todos los trámites que se deben realizar para que el negocio funcione y esté registrado perfectamente como sociedad colectiva:

TRÁMITE	INSTITUCIÓN DONDE SE REALIZA	REQUISITOS	DURACIÓN
ACTIVIDADES RELACIONADAS A LA LEGALIZACIÓN DE LA SOCIEDAD			
Inscripción de comerciante	Registro Público de la propiedad	Poder / Escritura Pública / Solicitud Dirigida al Registrador(a) / Cedula Identidad.	8 días
Acta Constitutiva	Registro Público de la propiedad	Escritura pública.	8 días
Inscripción de poder	Registro Público de la propiedad	Escritura pública.	8 días

Inscripción de ventanilla únicas de inversiones	Registro Público de la propiedad	Inscripción de constitución solicitud de comerciante, sellado de libros y e inscripción del poder.	15 días
Documento único de registro (DUR)	Ministerio de Fomento, industria y comercio	Tres fotocopias Certificadas de Constitución de Sociedad, inscrita en el Registro Mercantil; 3 Fotocopias de Solicitud de Comerciante, inscrita en el Registro Mercantil; 3 fotocopias del Poder General de Administración, 3 fotocopias de cédula de identidad del apoderado especial inscrito en el Registro Mercantil (Si el Representante Legal es Extranjero, sin cédula de residencia); 3 fotocopias de cédula de identidad Nicaragüense del Representante Legal, en caso de ser extranjero presentar residencia nicaragüense en condición que le permita trabajar en el país, 3 fotocopias de cédula de identidad de cada socio (pasaporte en caso de ser extranjeros) o Copia del RUC (en caso que el socio sea Persona Jurídica), 3 fotocopias de servició público (agua, luz, teléfono o contrato de arriendo notariado a nombre de la persona), para constatar domicilio del presidente o representante legal; 3 fotocopias del contrato de arriendo notariado para constatar domicilio de la empresa; 3 fotocopias de Poder Especial con C\$ 50.00 de timbres fiscales, si el trámite es realizado por un abogado, gestor o socio; 3 fotocopias de cédula de identidad del apoderado especial y 3 formularios de Inscripción llenos (1 original y 2 copias).	30 días

Tabla #33 Actividades relacionadas a la legalización de la empresa

TRÁMITE	INSTITUCIÓN DONDE SE REALIZA	REQUISITOS	DURACIÓN
ACTIVIDAD RELACIONADA A LA INFRAESTRUCTURA			
Apertura de matrícula por negocios contable	Dirección de registro del contribuyente; ventanilla única de inversiones o servigob	Fotocopia de Cédula RUC y/o Cédula de Identidad del Contribuyente; carta de poder, fotocopia de cédula de identidad del representante legal, fotocopia de primer página de inscripción de libros diario y mayor; permiso o constancia de policía nacional y de la dirección general de ingresos, copia de las primeras páginas de los libros contables, anticipo de matrícula, copia de la última página de la acta constituyente de la sociedad.	15 días
Derecho al uso del agua	Instituto Nicaragüense de Acueductos y Alcantarillados	Cédula RUC y acta de constitución	7 días
Formulario Anticipo de matrícula	Dirección de registro del contribuyente; ventanilla única de inversiones o servigob	Ninguno	1 día
Formulario de Solvencia municipal	Dirección de registro del contribuyente; ventanilla única de inversiones o servigob	Ninguno	1 día
Matrícula por registro contable	Matrícula por registro contable	Ninguno	1 día
Materiales de construcción	Proveedor	Ninguno	1 día
Planos de arquitecto	Arquitecto certificado	Ninguno	1 día
Certificado de inspección de Bomberos	Dirección general de bombero	Examen o inspección de local	3 a 7 días

Tabla #34 Actividades relacionadas a la infraestructura

TRÁMITE	INSTITUCIÓN DONDE SE REALIZA	REQUISITOS	DURACIÓN
ACTIVIDAD RELACIONADA CON LA DGI E INSS			
DGI en concepto de matrícula municipal	Dirección general de ingresos	Fotocopia certificada de acta constitutiva y estatus debidamente inscritos en el Registro mercantil; cédula de Identidad Ciudadana, de acuerdo a lo establecido en el literal f) del artículo 4, de la Ley N° 152 Ley de Identificación Ciudadana; Documento que hace constar el domicilio fiscal del Representante Legal y de la Empresa que se inscribe pudiendo ser al menos una de las siguientes facturas de servicios básicos: agua, luz, teléfono o bien el contrato de arriendo del inmueble y fotocopia de Cedula de Identidad de los Miembros de la Junta Directiva (si éstos fueran extranjeros presentar fotocopia de pasaporte y Cedula de Residencia categoría 1 emitida por Migración y Extranjería).	15 días
INSS (incorporación de nuevo empleador)	Instituto nicaragüense de seguridad social	Formulario de inscripción o movimiento del empleador y formulario inscripción de asegurado	7 días

Tabla #35 Actividades relacionadas a la DGI e INSS

TRÁMITE	INSTITUCIÓN DONDE SE REALIZA	REQUISITOS	DURACIÓN
ACTIVIDAD RELACIONADAS A LA GESTIÓN EN LA ALCALDÍA DE MANAGUA			
Evaluación ambiental	Alcaldía de Managua	Formulario ambiental, permiso del MINSA y resolución de Policía Nacional	3 a 7 días
Permiso para funcionar	Alcaldía de Managua	Solvencia municipal	3 a 5 días
Permiso de construcción	Alcaldía de Managua	Copia de recibo oficial de caja por pago de supervisión, solvencia municipal del dueño del negocio y matrícula y cédula Ruc de la empresa constructora.	3 días
Supervisión de construcción	Alcaldía de Managua	Carta de solicitud	3 días
Permiso de cuneta	Alcaldía de Managua	Carta de solicitud indicando lugar y metros lineales y formato que emite ENACAL	3 días
Permiso de sonido	Alcaldía de Managua	Carta de solicitud y solvencia municipal	3 días

Permiso de la basura	Alcaldía de Managua	Carta de solicitud y formulario	3 días
Permiso de constitución	Alcaldía de Managua	Formulario y copia de acta de constitución	3 días
Permiso de rotulación	Alcaldía de Managua	Carta de solicitud de servicio de rotulación, plano de ubicación en la ciudad, plano de localización exacta en el sitio, memoria de cálculo estructural debidamente firmada y sellada por notario público, plano estructural, gráfico o fotografía del rótulo, carta con el visto bueno y tasa de supervisión.	5 días
Solicitud de la Solvencia municipal	Alcaldía de Managua	Copia y original de la cédula de identidad, carta de poder y estar al día con los tributos.	1 día
Inscripción del contribuyente y Matricula municipal	Alcaldía de Managua	Copia y original número RUC; copia y original cédula de identidad, solvencia municipal, carta de poder y especificar sector, teléfono y dirección exacta.	3 días

Tabla #36 Actividades relacionadas a la Alcaldía de Managua

6.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La empresa constará con 15 colaboradores, en la cual estará por encima la dirección general, encargada de administrar toda la empresa, tomando en cuenta todos los factores para tomar las decisiones del día a día, seguido del responsable de todas las finanzas, encargado de conocer todos los movimientos de entrada y salida de efectivo y mantener informado a la dirección general con recuerdos a sus recursos económicos. Cabe destacar que tendremos dos horarios para nuestros colaboradores, en cual el primer período sería de 5:00 am hasta las 1:00 pm y de 1:01 pm hasta las 9:00 pm, formándose así las 8 horas jornadas laborales, con sábado y domingo abriendo de 5:00 am a 1:00 pm; a su vez, se realizará un control de horarios y los colaboradores semanalmente cambiarán de turno, es decir rotarán de primer horario al segundo horario y el colaborador que trabaje de mañana en dicha semana, le tocará el turno del sábado, y el que trabaje de noche semanal le tocará el domingo completando las 48 horas de jornada laboral.

6.2.1. Cultura y clima organizacional

Para que los clientes lleguen a tener una gran motivación se necesita que todo el personal tenga dicha motivación y que sea capaz de transferirla, pero no significa que solo deben existir valores y creencias individuales, sino dichos valores sean sostenidos por la mayoría de los miembros que componen la organización. Por otra parte, debemos tener una buena imagen integrada hacia todos, ya que esto puede hacer la diferencia con nuestros competidores, dando a conocer que la empresa, se preocupa tanto por los clientes internos y externos.

Hay que tener en cuenta que nuestros colaboradores deben tener las características de adaptarse a los cambios, debido a que la cultura de una empresa evoluciona constantemente con el tiempo. Mantener un grado alto de ánimos, capaces de innovar y tener empatía hacia los demás, por ende la empresa debe incentivar a sus trabajadores para que la cultura organizacional no se mantenga de manera negativa.

Un buen clima organizacional mantiene al trabajador satisfecho por hacer su trabajo, esto consta de una serie de factores, tanto el ambiente, tamaño de organización, actitudes, aptitudes y su comportamiento. El personal tendrá y comprenderá un espacio físico capaz de poder cumplir sus tareas, y cualquier falla que se presente se atenderá rápidamente para que este no genere clima negativo. También si el personal está motivado éste generará buenas actitudes y aptitudes, que generarán un gran valor tanto individual como organizacional, y por ende nos será más eficaz para poder alcanzar nuestros objetivos.

Tanto la dirección general y el encargado de finanzas, tendrán la responsabilidad de liderazgo, para que todo su personal se encuentre estimulado y en constante movimiento. Deberá escuchar, ayudar y motivar a todos por igual, ya que el liderazgo es importante para lograr buenos resultados en una empresa, y a su vez generará buen ambiente a sus clientes, generando una gran fidelidad a nuestros servicios.

6.2.2. FUNCIONES Y ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

Cada colaborador de la empresa tendrá funciones específicas con la finalidad de mantener un proceso eficiente, eficaz, control de servicios y todos los aspectos necesarios para que la empresa funcione en óptimas condiciones.

6.2.2.1. FUNCIONES

A) Gerente:

- Velar por todo el entorno de la empresa.
- Autoriza o declina las decisiones generales y excepciones dentro de la empresa.
- Autorizar o declinar los documentos que les entrega el contador para rendir cuentas o tomar una decisión en términos contables.
- Asume la responsabilidad de todos los trabajadores.
- Verificar los procesos del servicio y las ejecuciones de las funciones de los demás trabajadores.
- Mantener al tanto la situación de la empresa del día a día.

B) Nutricionista:

- Analiza y determina la condición física de los clientes, tanto de peso, porcentaje de grasa corporal, peso ideal y entre otras características.
- Llevar un registro de los resultados o sucesos conforme con el cliente y el lapso de ejercicio realizado.
- Realizar tabla de alimentación según las necesidades y condiciones del cliente.
- Transmitir conocimientos, información y consejos a los clientes de acuerdo a sus citas.
- Realizar una agenda de citas por día para tener un control sobre los clientes y horarios de consultas.

C) Instructor:

- Dirigir a los clientes hacia las maquinarias adecuadas de acuerdo a las necesidades del cliente y su plan entrenamiento.
- Velar por el buen uso de las maquinarias, así como la manera adecuada de los clientes al hacer el ejercicio.

- Determinar un plan de entrenamiento según las necesidades y condiciones del cliente.
- Dar seguimiento a cada cliente al momento que realiza sus rutinas o plan de entrenamiento.
- Velar por los utensilios que debe llevar el cliente al momento de realizar sus ejercicios, como botella de agua y toallas para mantener siempre limpia las máquinas.
- Brindar información al cliente acerca del servicio y las maquinarias que se están utilizando en su plan de entrenamiento.
- Fomentar valores y responsabilidad de la empresa hacia los clientes.
- Brindar al usuario el entrenamiento adecuado, garantizando el correcto uso del equipo y verificando el cumplimiento de las rutinas recomendadas.

D) Cajera/recepcionista:

- Brindar información necesaria, clara y sencilla a todos los clientes que tengan alguna necesidad, duda o deseo, así de darle una respuesta inmediata a cada incógnita.
- Realizar y entregar facturas, recibos o algún otro documento que le sea necesario al cliente al momento de demandar nuestro servicio.
- Consultar excepciones de algún caso, percance, problema o situación dada con el gerente general para así darle una respuesta más concreta.
- Arquear la cajera al momento del cierre del turno, mantener todo listo, tanto el dinero como la documentación para que el contador pueda verificar dicho arqueo.
- Mantener siempre limpio su lugar o área de trabajo.
- Fomentar valores y responsabilidad de la empresa hacia los clientes.
- Brindar las regalías adecuada a los clientes en acuerdo con el gerente.

E) Seguridad:

- Velar por la seguridad de los clientes, cosas personales y las maquinarias dentro del negocio.

- Velar por la computadora de la entrada para que puedan realizar el proceso de identificación con código QR de manera adecuada.
- Fomentar valores y responsabilidad de la empresa hacia los clientes.
- Velar por todos los movimientos que realizan los clientes por motivos de seguridad.
- Garantizar la seguridad de los usuarios, vigilando sus pertenencias, e inspeccionando el ingreso únicamente a los usuarios solventes.

F) Niñera:

- Velar por el servicio agregado de cuidados de los niños mientras los clientes realizan sus rutinas.
- Velar por la seguridad de los menores ante cualquier peligro o riesgo.
- Fomentar valores y responsabilidad de la empresa hacia los clientes.
- Brindar información hacia los clientes de manera rápida y sencilla acerca de los servicios adicionales de cuidado menores y sauna.
- Realizar actividades educativas para los menores para que tengan la mente ocupada e ir contribuyendo en su educación.
- Velar por los utensilios que se realizan al momento de la ejecución de las actividades de los menores.
- Garantizar el cuidado de los niños en local, implementando enseñanzas y diversión que los mantenga distraídos mientras sus padres realizan ejercicios.

G) Limpieza:

- Velar y mantener limpia las máquinas que utilizan los clientes, las instalaciones, oficina y demás lugares del negocio.
- Utilizar el adecuado utensilio e químico de limpieza para cada máquina evitando así deterioro de las máquinas, disgustos del cliente y personal.
- Velar por el orden y el uso adecuado de las máquinas que utilizan los clientes el día a día.
- Revisar todos los movimientos que realizan los clientes en el proceso del servicio.

H) Contador:

- Mantener al día los movimientos contables de la empresa.
- Arquear a la cajera/recepcionista y verificar que concuerde el dinero en físico con las facturas.
- Declarar todos los impuestos hacia su respectiva institución, alcaldía o ente regulador.
- Declarar los estados financieros al gerente con transparencia plena.
- Realizar la nómina mensual de los salarios del personal y enviársela al gerente para que autorice dicho documento.
- Elaborar estados financieros, proyección de flujo de caja, pago de nómina, conciliaciones bancarias y análisis continuo de la situación financiera de la empresa.

6.2.2.2. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

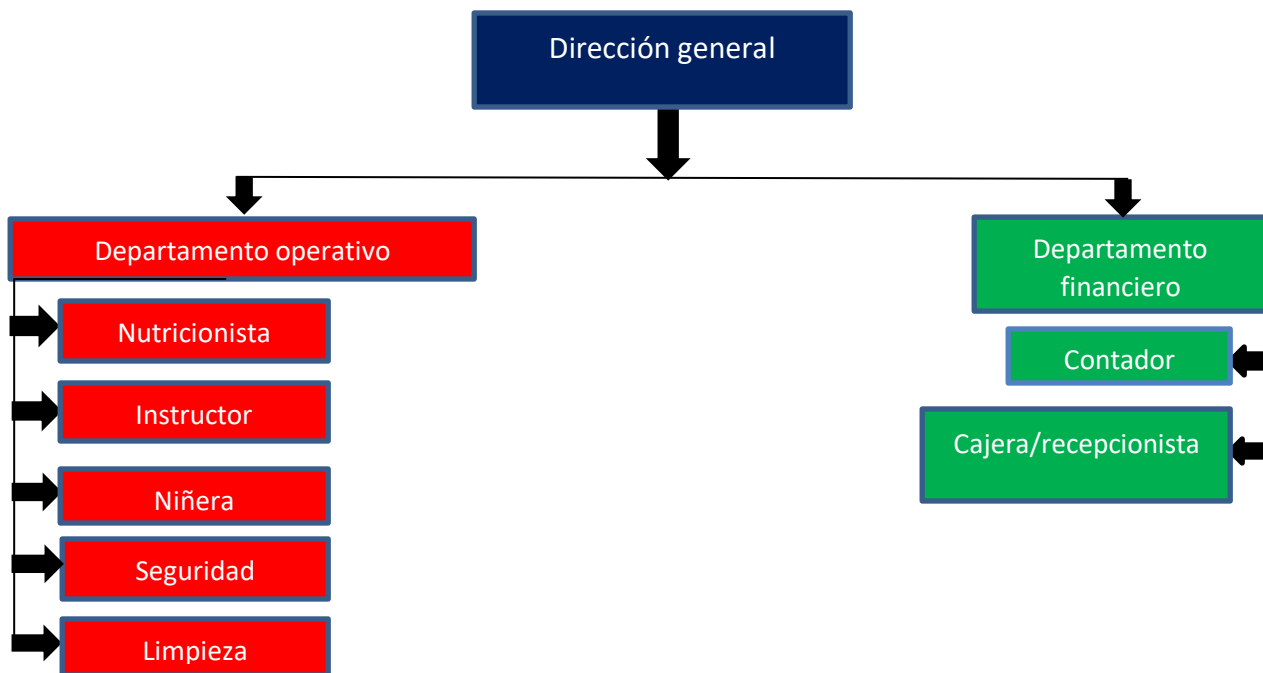


Figura #8 Organigrama de la empresa

El tipo organigrama aplicado a la estructura de la empresa es mixto, es decir que describe los diferentes niveles jerárquicos en forma vertical y horizontal. Partiendo de la

alta autoridad descrita como dirección general será la encargada de la toma de decisiones de la empresa, despido y contratación de personal, firma de contratos y a esta su vez se dividirá en dos departamentos; operativo y financiero.

Departamento operativo: es el encargado de llevar a cabo el proceso para brindar el servicio a nuestros usuarios de manera directa e indirecta.

Departamento financiero: encargado de la elaboración de los estados financieros del gimnasio así como el resguardo y manejo de efectivo, pago de nómina, proyección de flujo de caja y demás proceso que contribuyan al fortalecimiento e incremento de las utilidades.

6.3. ACTIVIDADES Y GASTOS PREOPERATIVOS

La legalización y los gastos pre operacionales de la empresa no solo necesitan tiempo, sino que también son gastos en términos contable, por ende determinamos todos los gastos necesarios para que la empresa “sociedad colectiva” esté legalmente registrada y levantando operaciones de forma oficial.

ACTIVIDADES RELACIONADAS A LA LEGALIZACIÓN DE LA SOCIEDAD			
Legalización de la sociedad	Duración	GASTO	
Acta constitutiva	8 días	C\$	1,000.00
Inscripción de comerciante	8 días	C\$	600.00
Inscripción en ventanilla única de inversiones	15 días	C\$	8,336.00
Foliado de libros	5 días	C\$	800.00
Libros contables	5 días	C\$	1,000.00
Obtener el documento único de registro (DUR)	30 días	C\$	8,336.00
INSCRIPCION EN REGISTRO PUBLICO MERCANTIL			
Inscripción de poder	3 días	C\$	300.00
ACTIVIDAD RELACIONADA A LA INFRAESTRUCTURA			
ACTIVIDAD			
Apertura de matrícula de negocio por registro contable		C\$	17.00
Formulario de apertura de matrícula	15 días	C\$	5,001.66
Valor de la matrícula del negocio al 1% del capital social	3 días	C\$	500.00

Derecho al uso del agua	7 días	C\$	-
Evaluación ambiental	3 a 7 días	C\$	2,000.00
Formulario Anticipo de matrícula	1 día	C\$	260.00
Formulario de Solvencia municipal	1 día	C\$	260.00
Matrícula por registro contable	1 día	C\$	260.00
Materiales de construcción	7 días	C\$	75,544.00
Planos de arquitecto	3 días	C\$	3,000.00
Certificado de inspección de Bomberos	3 a 7 días	C\$	1,500.00
Instalación Aire Acondicionado	7 días	C\$	5,500.00
ACTIVIDAD RELACIONADA CON LA DGI E INSS			
ACTIVIDAD			
DGI en concepto de matrícula municipal	15 días	C\$	1,500.00
INSS (incorporación de nuevo empleador)	7 días	C\$	15,000.00
ACTIVIDAD RELACIONADAS A LA GESTIÓN EN LA ALCALDÍA DE MANAGUA			
ACTIVIDAD			
Permiso para funcionar	3 a 5 días	C\$	120.00
Permiso de construcción	3 a 5 días	C\$	2,000.00
Supervisión de construcción	3 días	C\$	400.00
Permiso de constitución	3 días	C\$	3,000.00
Permiso de cuneta	3 días	C\$	80.00
Permiso de sonido	3 días	C\$	500.00
Permiso de la basura	3 días	C\$	500.00
Timbres	3 días	C\$	600.00
Permiso de rotulación	5 días	C\$	400.00
Solicitud de la Solvencia municipal	1 día	C\$	-
Inscripción del contribuyente y Matrícula municipal	3 días	C\$	3,681.66
AVAL ambiental	1 días	C\$	500.00
Inscripción del bien inmueble		C\$	30,583.48
Formulario	1 días	C\$	5.00
Pagar certificado	1 días	C\$	150.00

relacionado de propiedad			
ACTIVIDADES RELACIONADAS A LA POLITICAS DE RECURSOS HUMANOS			
PRUEBAS DE IDONEIDAD		C\$	5,000.00
Materiales de oficina			
Bandejas Portapapeles	7 días	C\$	272.00
Engrapadoras	7 días	C\$	510.00
Facturas y recibos de oficina	7 días	C\$	3,400.00
Perforadora	7 días	C\$	2,040.00
Resmas de papel bond	7 días	C\$	8,500.00
Saca grapas	7 días	C\$	170.00
Materiales de reposición periódica			
Adornos nacionales	7 días	C\$	1,020.00
Aromatizantes	7 días	C\$	952.00
Basureros	7 días	C\$	612.00
Bujías Led	7 días	C\$	2,176.00
Desinfectantes	7 días	C\$	2,040.00
Escobas	7 días	C\$	204.00
Lampazos	7 días	C\$	340.00
Maceteras	7 días	C\$	340.00
Mechas de lampazo	7 días	C\$	408.00
Pala	7 días	C\$	136.00
Toallas para limpieza (30 Unid)	7 días	C\$	8,160.00
Uniforme tipo Polo	7 días	C\$	4,896.00
GASTO TOTAL		C\$	178,234.80
GASTO TOTAL EN U\$		\$	5,242.20

Tabla #37 Actividades de los gastos de la legalización e iniciación de la empresa

En la tabla anterior pueden apreciar todos los gastos pre operacional que se van a realizar desde el momento de la legalización de la empresa, hasta la contratación de personal y los materiales de reposición que se van a utilizar para el personal y los clientes. Se ha dolarizado todos los gastos debido a que se trabajará todo en dólar.

7. PLAN FINANCIERO

7.1. PLAN FINANCIERO Y PRESUPUESTO DE INVERSIONES INICIAL.

7.1.1. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN INICIAL

Como toda empresa, se necesita de gastos pre operativo para que la empresa se cree de manera legal y funcional para que este genere ingresos y utilidades. También como negocio de plan de entrenamiento o gimnasio, las maquinarias de ejercicio son esenciales para dicho negocio, por ende, este contablemente se convierten en activo fijos estos serán usados por los clientes. Por otro lado, se necesita equipos de oficina para que nuestro personal esté en óptimas condiciones para que puedan realizar sus funciones y tanto para los clientes y nosotros se necesita que el local también funcione correctamente invirtiéndole en acondicionamiento.

Rubro	Costo
Equipo de oficina	\$ 4,810.00
Maquinaria y equipo	\$ 27,812.00
Costos de instalación	\$ 1,000.00
Gastos preoperativos	\$ 5,242.00
Capital de trabajo	\$ 5,000.00
TOTAL	\$ 43,864.00

Tabla #38 Presupuesto de inversión inicial

7.1.2. ESTRUCTURAS DE COSTO

La estructura de costo van incluido tanto el costo fijo y costo variable, pero en el caso de gimnasio al ofrecer el servicio y no se presenta nada tangible, en los costos, tenemos los utensilios que se requerirán a la hora del servicio como botellas de agua, sales minerales y entre otros costos que se redondean en un 10% de los ingresos. No obstante si se recalcan gastos administrativos como la mano de obra, gastos de ventas como regalías, carnet, entre otros y gastos de mantenimientos para que las máquinas estén en condiciones:

Descripción	Monto	Monto	Monto	Monto	Monto
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra	\$75,945.60	\$83,540.16	\$91,894.18	\$101,083.59	\$111,191.95
Costos de ventas	\$16,974.00	\$18,671.40	\$20,538.54	\$22,592.39	\$24,851.63
Mantenimiento	\$5,000.00	\$5,500.00	\$6,050.00	\$6,655.00	\$7,320.50
Gastos de venta	\$3,480.00	\$3,828.00	\$4,210.80	\$4,631.88	\$5,095.07
TOTAL	\$101,399.60	\$111,539.56	\$122,693.52	\$134,962.87	\$148,459.16

Tabla #39 Estructura de costos en general

7.1.3. PRESUPUESTO DE VENTAS

El presupuesto de ventas se realiza a partir del marketing en referencia a los gustos, preferencias del consumidor en el servicio de gimnasio. También se destaca el crecimiento población y la tasa de inflación del dólar (ya que todo es dolarizado), y nos genera un aumento anual del 10%.

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gimnasio	\$169,740	\$186,714	\$205,385	\$225,923	\$248,516

Tabla #40 Proyecciones de la ventas o ingresos

7.2. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

El estado de resultado es un reporte financiero de un período determinado que muestra los ingresos que se obtuvieron, los costos y gastos que se realizaron para así determinar la utilidad bruta. Por otra parte, el estado de resultado proyectado tiene la finalidad de pronosticar los próximos años, siempre teniendo en cuenta los indicadores que se presentan en el entorno, en este caso el crecimiento poblacional y la inflación:

Calculo de Rentabilidad Proyectada					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 169,740.00	\$ 186,714.00	\$ 205,385.40	\$ 225,923.94	\$ 248,516.33
Costo de los bienes vendidos	\$ 16,974.00	\$ 18,671.40	\$ 20,538.54	\$ 22,592.39	\$ 24,851.63
Utilidad Bruta	\$ 152,766.00	\$ 168,042.60	\$ 184,846.86	\$ 203,331.55	\$ 223,664.70
Gastos Generales (sin depreciación)	\$ 8,418.20	\$ 9,245.02	\$ 10,154.52	\$ 11,154.97	\$ 12,255.47
Gastos Administración	\$ 75,945.60	\$ 83,540.16	\$ 91,894.18	\$ 101,083.59	\$ 111,191.95
Gastos de mantenimiento	\$ 5,000.00	\$ 5,500.00	\$ 6,050.00	\$ 6,655.00	\$ 7,320.50
Gastos de ventas	\$ 3,480.00	\$ 3,828.00	\$ 4,210.80	\$ 4,631.88	\$ 5,095.07
Alquiler	\$ 24,000.00	\$ 26,400.00	\$ 29,040.00	\$ 31,944.00	\$ 35,138.40
Depreciación	\$ 4,850.10	\$ 4,850.10	\$ 4,850.10	\$ 4,850.10	\$ 4,850.10
Total Gastos de Operación	\$ 121,693.90	\$ 133,363.28	\$ 146,199.60	\$ 160,319.55	\$ 175,851.49
Utilidad de Operación	\$ 31,072.10	\$ 34,679.32	\$ 38,647.26	\$ 43,012.00	\$ 47,813.21
Intereses pagados	\$ 4,937.60	\$ 3,810.75	\$ 2,488.44	\$ 938.35	\$ -
Utilidad antes de impuestos	\$ 26,134.50	\$ 30,868.57	\$ 36,158.82	\$ 42,073.65	\$ 47,813.21
Impuestos 30% IR	\$ 7,840.35	\$ 9,260.57	\$ 10,847.65	\$ 12,622.10	\$ 14,343.96
Utilidad neta	\$ 18,294.15	\$ 21,608.00	\$ 25,311.17	\$ 29,451.56	\$ 33,469.25

Tabla #41 Estado de resultado proyectado

7.3. FLUJO DE FONDOS DESCONTADOS

El flujo de fondos descontados es indispensable a la hora de valorar un proyecto o negocio, ya que determinan los flujos de fondos descontando la tasa que refleja el coste capital aportado. A continuación se presenta dicha herramienta financiera para Best Life Gym:

Flujo de fondos						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad contable		\$18,294.15	\$21,608.00	\$25,311.17	\$29,451.56	\$33,469.25
Depreciación		\$4,850.10	\$4,850.10	\$4,850.10	\$4,850.10	\$4,850.10
Amortización princ.		-\$6,548.87	-\$7,675.72	-\$8,998.02	-\$10,548.12	\$0.00
Inversión inicial	-\$43,864.20					
Amortización difer.		\$1,248.44	\$2,496.88	\$3,745.32	\$4,993.76	\$6,242.20
Prestamo	\$33,775.43					
Flujo de fondos	\$ (10,088.77)	\$17,843.83	\$21,279.26	\$24,908.57	\$28,747.30	\$44,561.55
VAN POS AL 26%	21,590.05					
VAN NEG AL 46%	(611.81)					
TIR	43.44					
Tasa de descuento	23.0%	\$15,048.23	\$17,945.44	\$21,006.15	\$24,243.46	\$37,580.09
Flujo descontado		\$2,795.59	\$3,333.82	\$3,902.43	\$4,503.84	\$6,981.46

Tabla #42 Flujos de fondos descontados

Como se puede observar en el flujo de caja descontado de un 24% cada año, con la finalidad de evitar todo riesgo del ambiente externo, dividir el efectivo entre los socios e ir creciendo económicamente.

7.4. FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

El flujo de efectivo proyectado es una herramienta financiera para la administración del negocio, ya que con ella se planifica el uso eficiente de efectivo y a su vez, ayudan a evitar cambios arriesgados en la situación de efectivo que pueden poner en peligro el crédito de la empresa hacia sus acreedores o excesos de capital durmiente en efectivo. En este caso, presentamos el flujo de efectivo proyectado en Best Life Gym:

Flujo de caja						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		\$ 10,088.77	\$ 21,595.39	\$ 40,377.77	\$ 61,541.02	\$ 85,294.56
Ingresos (Utilidad conta	\$ 43,864.20	\$ 18,294.15	\$ 21,608.00	\$ 25,311.17	\$ 29,451.56	\$ 33,469.25
Egresos	\$33,775.43					
Amortización dif.						
Depreciación		\$ 4,850.10	\$ 4,850.10	\$ 4,850.10	\$ 4,850.10	\$ -
Préstamo		\$ (6,548.87)	\$ (7,675.72)	\$ (8,998.02)	\$ (10,548.12)	\$ -
Valor desechable						\$ 218,897.51
Saldo final	\$ 10,088.77	\$ 21,595.39	\$ 40,377.77	\$ 61,541.02	\$ 85,294.56	\$ 118,763.81

Tabla #43 Flujo de caja proyectado

7.5. BALANCE GENERAL

El balance general es también otra herramienta financiera que presenta los activos, pasivos de una empresa y la diferencia entre estos dos mencionados (capital) de manera contable. A continuación se presenta el balance general del negocio:

Balance general						
ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos circulantes	\$ 5,000.00	\$ 21,595.39	\$ 40,377.77	\$ 61,541.02	\$ 85,294.56	\$ 118,763.81
Caja y bancos	\$ 5,000.00	\$ 21,595.39	\$ 40,377.77	\$ 61,541.02	\$ 85,294.56	\$ 118,763.81
Activo fijo	\$ 32,622.00	\$ 27,771.90	\$ 22,921.80	\$ 18,071.70	\$ 13,221.60	\$ 8,371.50
Equipo de atención al cliente	\$ 730.00	\$ 730.00	\$ 730.00	\$ 730.00	\$ 730.00	\$ 730.00
Equipo de oficina	\$ 4,080.00	\$ 4,080.00	\$ 4,080.00	\$ 4,080.00	\$ 4,080.00	\$ 4,080.00
Equipo de servicio	\$ 27,812.00	\$ 27,812.00	\$ 27,812.00	\$ 27,812.00	\$ 27,812.00	\$ 27,812.00
Depreciación acumulada		\$ (4,850.10)	\$ (9,700.20)	\$ (14,550.30)	\$ (19,400.40)	\$ (24,250.50)
Activo Diferido	\$ 6,242.20	\$ 6,242.20	\$ 6,242.20	\$ 6,242.20	\$ 6,242.20	\$ 6,242.20
Pre-Operativos (Constitución)	\$ 5,242.20	\$ 5,242.20	\$ 5,242.20	\$ 5,242.20	\$ 5,242.20	\$ 5,242.20
Acondicionamiento del local	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Amortización Diferidos		\$ (1,248.44)	\$ (2,496.88)	\$ (3,745.32)	\$ (4,993.76)	\$ (6,242.20)
Total de activos diferidos	\$ -	\$ 4,993.76	\$ 3,745.32	\$ 2,496.88	\$ 1,248.44	\$ -
Total de activos	\$ 43,864.20	\$ 55,609.49	\$ 69,541.77	\$ 85,854.92	\$ 104,758.36	\$ 138,222.90
PASIVOS	\$ 33,775.43	\$ 27,226.57	\$ 19,550.84	\$ 10,552.82	\$ 4.71	\$ -
Pasivos a largo plazo	\$ 33,775.43	\$ 27,226.57	\$ 19,550.84	\$ 10,552.82	\$ 4.71	\$ -
Préstamo largo plazo	\$ 33,775.43	\$ 27,226.57	\$ 19,550.84	\$ 10,552.82	\$ 4.71	\$ -
CAPITAL	\$ 10,088.77	\$ 28,382.92	\$ 49,990.92	\$ 75,302.09	\$ 104,753.65	\$ 138,222.90
Capital social	\$ 10,088.77	\$ 10,088.77	\$ 10,088.77	\$ 10,088.77	\$ 10,088.77	\$ 10,088.77
Utilidad acumulada			\$ 18,294.15	\$ 39,902.16	\$ 65,213.33	\$ 94,664.88
Utilidad del periodo		\$ 18,294.15	\$ 21,608.00	\$ 25,311.17	\$ 29,451.56	\$ 33,469.25
Total pasivo mas capital	\$ 43,864.20	\$ 55,609.49	\$ 69,541.76	\$ 85,854.92	\$ 104,758.36	\$ 138,222.90

Tabla #44 Balance general proyectado

7.6. PROGRAMA DE DEVOLUCIÓN DEL PRESTAMO

Para poder realizar el negocio del gimnasio se necesitó del 77% de la inversión total a BANPRO, por ende, se estableció un programa de devolución del préstamo incluyendo la tasa de interés de un 16% anualmente. A continuación se presenta la tabla:

Cálculo Cuota Préstamo	
Monto	\$33,775.43
Interés Anual	16%
Plazo en Meses	48
Cuota	(\$957.21)

Tabla #45 Cálculo de la Cuota de préstamo

Tabla de amortización de préstamo				
Periodo	Cuota	Interés	Capital	Saldo
0				\$ 33,775.43
Año 1				
1	\$ 957.21	\$ 450.34	\$ 506.87	\$ 33,268.57
2	\$ 957.21	\$ 443.58	\$ 513.62	\$ 32,754.94
3	\$ 957.21	\$ 436.73	\$ 520.47	\$ 32,234.47
4	\$ 957.21	\$ 429.79	\$ 527.41	\$ 31,707.06
5	\$ 957.21	\$ 422.76	\$ 534.44	\$ 31,172.61
6	\$ 957.21	\$ 415.63	\$ 541.57	\$ 30,631.04
7	\$ 957.21	\$ 408.41	\$ 548.79	\$ 30,082.25
8	\$ 957.21	\$ 401.10	\$ 556.11	\$ 29,526.14
9	\$ 957.21	\$ 393.68	\$ 563.52	\$ 28,962.62
10	\$ 957.21	\$ 386.17	\$ 571.04	\$ 28,391.58
11	\$ 957.21	\$ 378.55	\$ 578.65	\$ 27,812.93
12	\$ 957.21	\$ 370.84	\$ 586.37	\$ 27,234.28
Año 2				
13	\$ 957.21	\$ 363.12	\$ 594.08	\$ 26,640.20
14	\$ 957.21	\$ 355.20	\$ 602.00	\$ 26,038.20
15	\$ 957.21	\$ 347.18	\$ 610.03	\$ 25,428.17
16	\$ 957.21	\$ 339.04	\$ 618.16	\$ 24,810.00
17	\$ 957.21	\$ 330.80	\$ 626.41	\$ 24,183.60
18	\$ 957.21	\$ 322.45	\$ 634.76	\$ 23,548.84
19	\$ 957.21	\$ 313.98	\$ 643.22	\$ 22,905.62
20	\$ 957.21	\$ 305.41	\$ 651.80	\$ 22,253.82
21	\$ 957.21	\$ 296.72	\$ 660.49	\$ 21,593.34
22	\$ 957.21	\$ 287.91	\$ 669.29	\$ 20,924.04
23	\$ 957.21	\$ 278.99	\$ 678.22	\$ 20,245.82
24	\$ 957.21	\$ 269.94	\$ 687.26	\$ 19,558.56
Año 3				
25	\$ 957.21	\$ 260.78	\$ 696.42	\$ 18,862.14
26	\$ 957.21	\$ 251.50	\$ 705.71	\$ 18,156.43
27	\$ 957.21	\$ 242.09	\$ 715.12	\$ 17,441.31
28	\$ 957.21	\$ 232.55	\$ 724.65	\$ 16,716.66
29	\$ 957.21	\$ 222.89	\$ 734.32	\$ 15,982.34
30	\$ 957.21	\$ 213.10	\$ 744.11	\$ 15,238.23
31	\$ 957.21	\$ 203.18	\$ 754.03	\$ 14,484.20
32	\$ 957.21	\$ 193.12	\$ 764.08	\$ 13,720.12
33	\$ 957.21	\$ 182.93	\$ 774.27	\$ 12,945.85
34	\$ 957.21	\$ 172.61	\$ 784.59	\$ 12,161.26
35	\$ 957.21	\$ 162.15	\$ 795.06	\$ 11,366.20
36	\$ 957.21	\$ 151.55	\$ 805.66	\$ 10,560.54

Año 4				
37	\$ 957.21	\$ 140.81	\$ 816.40	\$ 9,744.15
38	\$ 957.21	\$ 129.92	\$ 827.28	\$ 8,916.86
39	\$ 957.21	\$ 118.89	\$ 838.31	\$ 8,078.55
40	\$ 957.21	\$ 107.71	\$ 849.49	\$ 7,229.06
41	\$ 957.21	\$ 96.39	\$ 860.82	\$ 6,368.24
42	\$ 957.21	\$ 84.91	\$ 872.30	\$ 5,495.94
43	\$ 957.21	\$ 73.28	\$ 883.93	\$ 4,612.02
44	\$ 957.21	\$ 61.49	\$ 895.71	\$ 3,716.31
45	\$ 957.21	\$ 49.55	\$ 907.65	\$ 2,808.65
46	\$ 957.21	\$ 37.45	\$ 919.76	\$ 1,888.90
47	\$ 957.21	\$ 25.19	\$ 932.02	\$ 956.88
48	\$ 957.21	\$ 12.76	\$ 944.45	\$ -

Tabla #46 Amortización por el préstamo del banco

AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4	
Interés	Capital	Interés	Capital	Interés	Capital	Interés	Capital
\$ 4,937.60	\$ 6,548.87	\$ 3,810.75	\$ 7,675.72	\$ 2,488.44	\$ 8,998.02	\$ 938.35	\$ 59,815.55

Tabla #47 Interés y capital por año del préstamo

7.7. PUNTO DE EQUILIBRIO

Se conoce como el punto de equilibrio de un negocio cuando los ingresos y costos quedan en cero contablemente, es decir, no genera alguna ganancia. En la siguiente tabla se aprecia el punto de equilibrio en Best Life Gym:

Punto de equilibrio (U\$)						
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Porcentaje sobre ventas %	71.69%	71.43%	71.18%	70.96%	70.76%	
Punto de Equilibrio	\$ 121,693.90	\$ 133,363.28	\$ 146,199.60	\$ 160,319.55	\$ 175,851.49	
Ventas	\$ 169,740.00	\$ 186,714.00	\$ 205,385.40	\$ 225,923.94	\$ 248,516.33	
Porcentaje sobre ventas %	10%	10%	10%	10%	10%	
Costos	\$ 16,974.00	\$ 18,671.40	\$ 20,538.54	\$ 22,592.39	\$ 24,851.63	
Gastos Generales (sin depreciación)	\$ 8,418.20	\$ 9,245.02	\$ 10,154.52	\$ 11,154.97	\$ 12,255.47	
Gastos Administración	\$ 75,945.60	\$ 83,540.16	\$ 91,894.18	\$ 101,083.59	\$ 111,191.95	
Depreciación	\$ 4,850.10	\$ 4,850.10	\$ 4,850.10	\$ 4,850.10	\$ 4,850.10	
Intereses pagados	\$ 4,937.60	\$ 3,810.75	\$ 2,488.44	\$ 938.35	\$ -	
Impuestos	\$ 7,840.35	\$ 9,260.57	\$ 10,847.65	\$ 12,622.10	\$ 14,343.96	

Tabla #48 Punto de equilibrio

7.8. INDICADORES FINANCIEROS

7.8.1. RAZONES FINANCIERAS

Las razones financieras son indicadores utilizados para medir la realidad financiera de una empresa. Esta información determina la situación de una empresa y permiten hacer comparaciones entre los periodos contables y cuál ha sido el comportamiento de estas desde corto a largo plazo.

Razones Financieras					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rentabilidad sobre ventas	11%	12%	12%	13%	13%
Rentabilidad sobre inversión	181%	214%	251%	292%	332%

Tabla #49 Razones financieras

Como se aprecia en la tabla anterior, el primera se tendrá un 11% de rentabilidad de ventas, a mediano plazo estará 1% mayor que el primer año e igualmente a largo plazo irá aumentado progresivamente, según las razones financieras y los estados financieros proyectados.

7.8.2. VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto o la VAN, es la diferencia entre el dinero que entra a la empresa con referente a la cantidad que se invierte en un producto o servicio con la finalidad de determinar si le realmente da beneficios al negocio.

Flujo de fondos	\$ (10,088.77)	\$17,843.83	\$21,279.26	\$24,908.57	\$28,747.30	\$44,561.55
VAN POS AL 26%	21,590.05					
VAN NEG AL 46%	(611.81)					
TIR	43.44					
Tasa de descuento	26.0%	\$15,048.23	\$17,945.44	\$21,006.15	\$24,243.46	\$37,580.09

Tabla #50 Valor actual neto

Se eligió una tasa de descuento a un 26% debido que como es dolarizado, se utilizará dicha inflación que es del 6%, agregando un 14% de riesgo en términos optimista y 6% para los dividendos de los socios. La VAN positiva nos da un \$21,590.05 y extendiendo hasta un 46% nos presenta un VAN negativa de \$611.81.

7.8.3. TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno, es la tasa que se tiene de un proyecto para determinar si es rentable, es decir, el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá esta:

Flujo de fondos	\$ (10,088.77)	\$17,843.83	\$21,279.26	\$24,908.57	\$28,747.30	\$44,561.55
VAN POS AL 26%	21,590.05					
VAN NEG AL 46%	(611.81)					
TIR	43.44					

Tabla #51 Tasa interna de retorno

Como se puede apreciar, la tasa interna de retorno es de 43.44%, mayor que la tasa de descuento (26%), esto nos determine que dicha tasa de rendimiento será superior a la

tasa mínima de rentabilidad que exige la inversión y además, la tasa crítica que se puede alcanzar para que el negocio siga siendo rentable.

7.8.4. RELACIÓN COSTO BENEFICIO Y PERÍODO DE RECUPERACIÓN

La relación costo beneficio es una herramienta financiera que compra el costo de un producto o servicio con el beneficio que nos genera; en cambio el período de recuperación nos indica hasta que año se recuperará la empresa ya con el dinero que se ha invertido. En la siguiente tabla se apreciar esos términos mencionados anteriormente:

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		1.26	1.59	2.00	2.52	3.18
		FLUJO DE FONDOS DESCONTADOS POR AÑO				
		1	2	3	4	5
RELACION BENEFICIO CO	6.49	\$14,161.77	\$13,403.41	\$12,451.95	\$11,405.51	\$14,031.61
Periodo de Recuperación		\$4,073.00	\$3,314.65	\$2,363.18	\$1,316.75	\$3,942.84

Tabla #52 Relación costo beneficio y período de recuperación

Como podrán ver la relación costo beneficio va creciendo gradualmente conforme pasa el tiempo con una relación del 6.49 en términos a lo que se invirtió con los flujos de fondos generados anualmente. En los primeros cuatro año decrece debido a la deuda que se tiene con el banco, pero aun así no se presentan períodos de recuperación negativa y llegando el quinta iremos creciendo considerablemente.

7.9. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad es una herramienta que nos determina el resultado de los cambios en los parámetros de las actividades de la empresa con la finalidad de medir el impacto hipotético con los diferentes cambios que se puedan presentar en su momento. En la siguiente tabla se muestra los factores que intervienen en la empresa:

Primeramente, analizaremos respecto al precio del servicio principal (el plan de entrenamiento y alimentación), estos son los precios unitarios por cada servicio y los puntos críticos financieros de la empresa:

Porcentaje	Personas	Servicios demandados	Cuotas mensuales	Anual
100%	290	Servicio A	\$40.00	\$139,200.00
38% de 290	110	Servicio B	\$20.00	\$26,400.00
22% de 290	69	Servicio C	\$5.00	\$4,140.00
				\$169,740.00

Tabla #53 Servicios ofrecidos e ingresos

“Servicio A plan de entrenamiento y alimentación; servicio B sauna y servicio C cuidado de menores mientras el cliente realiza el ejercicio.”

Tasa	Venta Total Anual	VAN al 26%	Utilidad neta	Flujos descontado	Flujo de efectivo	Período de recuperación al quinto año	Rentabilidad sobre ventas	Rentabilidad sobre inversión	TIR
Básico (6%)	\$169,740.00	-\$11,357.08	\$7,738.68	\$1,154.08	\$21,595.39	-\$1,475.81	5.08%	73.77%	43.44%

Tabla #54 Punto críticos del plan financiero

Si en un momento dado al servicio A, el servicio principal de nuestra empresa le bajáramos -\$5.00, entonces esto serían los resultados:

Personas	Servicios demandados	Cuotas mensuales	Anual
290	Servicio A	\$35.00	\$121,800.00
110	Servicio B	\$20.00	\$26,400.00
69	Servicio C	\$5.00	\$4,140.00
			\$152,340.00

Tabla #55 Cambio del precio de venta

Tasa	Venta Total Anual	VAN al 8%	VAN negativa al 16%	Utilidad neta	Flujos descontado	Flujo de efectivo	Período de recuperación al quinto año	Rentabilidad sobre ventas	Rentabilidad sobre inversión	TIR
Básico (6%)	\$152,340.00	\$10,608.86	-\$1,249.70	\$7,738.68	\$1,154.08	\$21,595.39	-\$1,109.40	5.08%	73.77%	15.15%

Tabla #56 Afectación de puntos críticos financiero por cambio de precio de venta

Con la información de los cuadros anteriores, nos da por conclusión que la TIR es de 15.15% conforme a nuestra tasa de descuento de 25% significa que nuestro negocio no es rentable para los socios y a su vez necesitaríamos más tiempo para poder recuperarnos de la inversión inicial. Y en un dado caso el precio de venta se le aumenta \$5.00 el precio sería demasiado elevado conforme al deseo de nuestro mercado, por ende arriesgaríamos a la empresa que no genere ingresos, y en términos financieras las tasa interna de retorno sería tan elevada que no sería muy creíble.

Finalmente, el negocio actualmente es rentable; pero un pequeño cambio en el precio de venta afectaría de manera considerable a la situación financiera de la empresa; dejando en estado que sea poco rentable y muy lenta para alcanzar su punto máximo de servicio.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A) Bibliografía

- Fischer Laura y Espejo Jorge, McGraw Hill, 2004, Mercadotecnia, Tercera Edición.
- Phillip Kotler Y Gary Armstong, Editorial Pearson, Fundamentos de Marketing, 13va edición.
- Stephen N. Chapman, Editorial Pearson, Planificación y control de la producción, primera edición.

B) Webgrafía

- <http://repositorio.upoli.edu.ni/294/1/Atenea-Gym-PDN.pdf>
- <https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/que-es-un-analisis-de-sensibilidad>
- http://www.fadu.edu.uy/marketing/files/2013/04/marketing_mix_producto.pdf
- [http://s2.q4cdn.com/740885614/files/doc_financials/2018/q3/Estados_financieros_\(PDF\)93834000_201809.pdf](http://s2.q4cdn.com/740885614/files/doc_financials/2018/q3/Estados_financieros_(PDF)93834000_201809.pdf)

9. ANEXOS

Encuesta:



UNIVERSIDAD POLITECNICA DE NICARAGUA

El objetivo de esta encuesta es conocer los gustos y preferencias de los usuarios, con el fin de realizar un plan de negocios adaptados a las necesidades de dicha encuesta.

Edad: _____

Género: M ___ F ___

N° de encuesta: _____

1. ¿Usted va al gimnasio? **a) Si** ___ **b) No** ___
2. ¿Estaría dispuesto en ir a un gimnasio? **a) Si** ___ **b) No** ___ (Si no va al gimnasio, diríjase a la pregunta #8).
3. ¿Cuántas veces a la semana va al gimnasio?
a) 1 vez al día ___ **b) 2 veces al día** ___ **c) 3 veces al día** ___ **d) 4 veces al día** ___
e) 5 veces al día ___ **f) 6 veces al día** ___ **g) Todos los días** ___
4. ¿Cómo realiza el pago de su gimnasio?
a) Diario ___ **b) Mensual** ___ (Si su pago es mensual, ignore la siguiente pregunta)
5. ¿Estaría dispuesto a cambiar su plan de pago diario por mensual con servicio adicional de tabla alimenticia y citas semanales con un nutricionista? **a) Si** ___ **b) No** ___
6. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar en un gimnasio en plan diario/mensual? (según la pregunta mencionada anteriormente).
a) U\$ 40.00 mensual ___
b) U\$ 45.00 mensual ___
c) U\$ 50.00 mensual ___
7. ¿Tienes hijo o alguna persona menor de 10 años que tengas la responsabilidad de cuidar? En caso de no tener ninguno, ignore la siguiente pregunta. **a) Sí** ___ **b) No** ___
8. ¿Estarías dispuesto a pagar C\$15.00 el día/ U\$ 3.00 mensual si en un dado caso tengas un hijo, y no haya disponible un tutor profesional que lo cuidara mientras haces tú rutina de ejercicio?
a) Sí ___ **b) No** ___

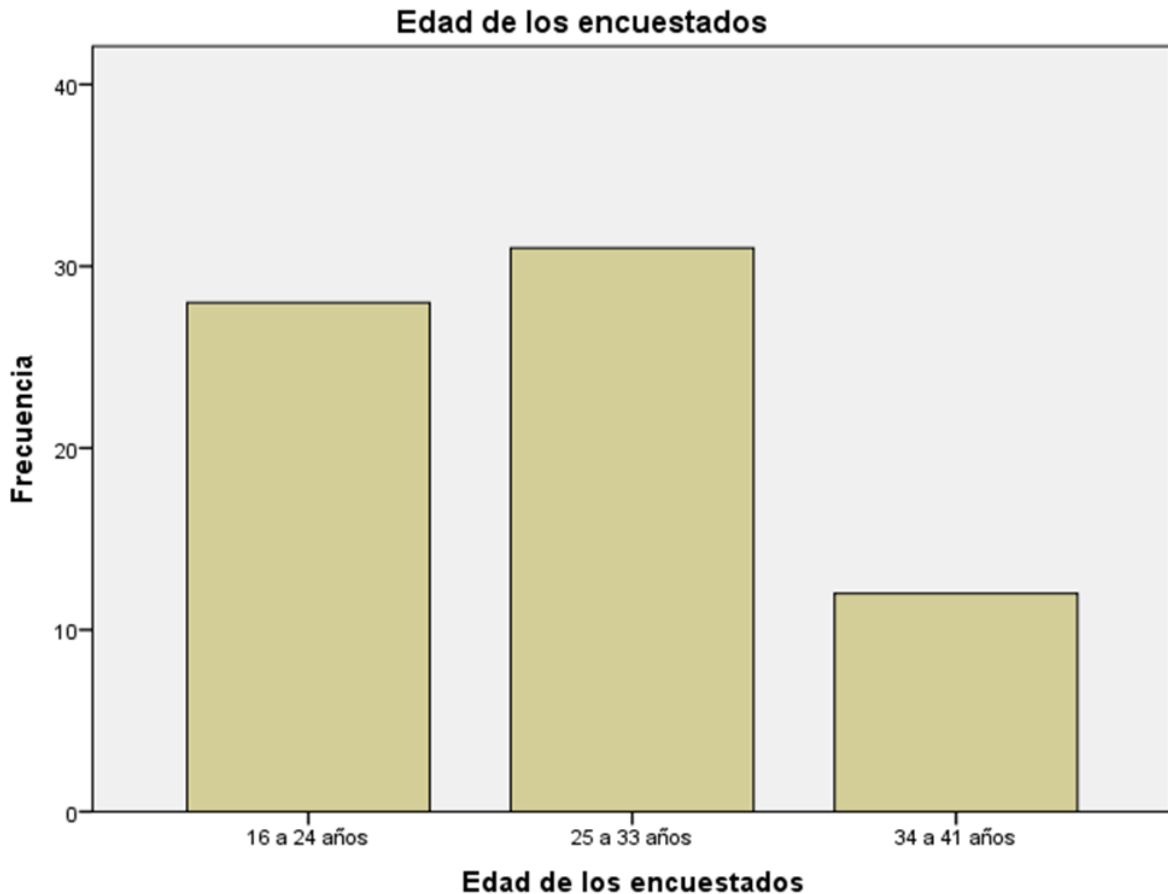
9. ¿Estaría dispuesto a pagar C\$70.00 al día o U\$ 10.00 al mes por servicio adicional de sauna húmedo o baño turco? a) Si _____ b) No_____

LA ÚLTIMA PREGUNTA VA DIRIGIDA A LAS PERSONAS QUE NO VAN A UN GIMNASIO

10. ¿Por qué motivo no va a un gimnasio?
 a) Tiempo _____ b) Motivos económicos _____ c) Otros métodos de ejercicios _____

Resultados:

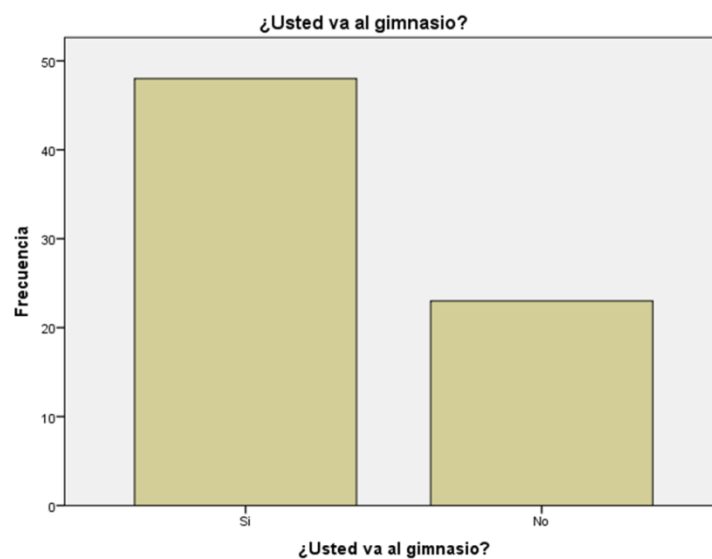
Edad de los encuestados					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	16 a 24 años	28	39.4	39.4	39.4
	25 a 33 años	31	43.7	43.7	83.1
	34 a 41 años	12	16.9	16.9	100.0
	Total	71	100.0	100.0	



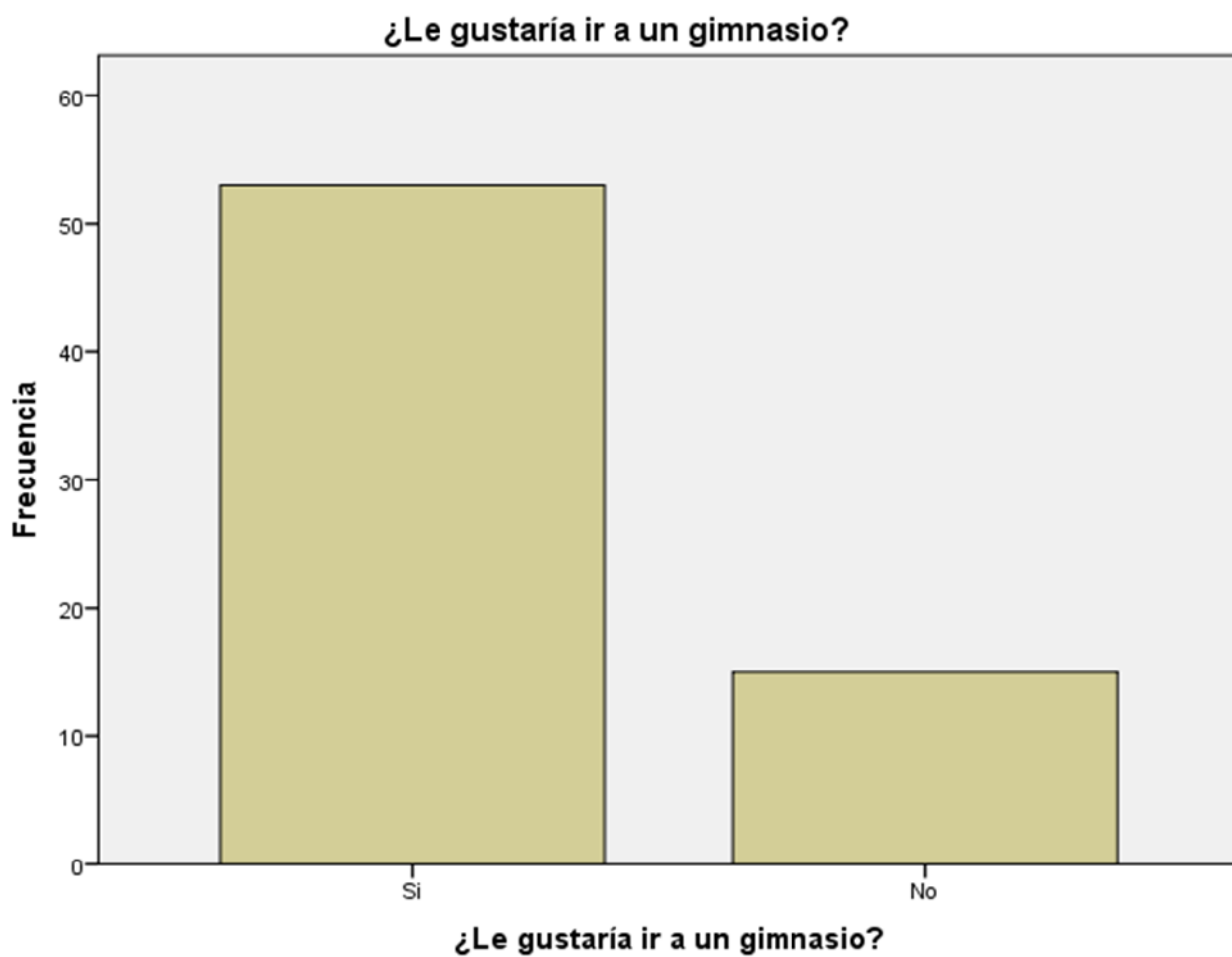
Género de los encuestados					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	39	54.9	54.9	54.9
	Femenino	32	45.1	45.1	100.0
	Total	71	100.0	100.0	



¿Usted va al gimnasio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	48	67.6	67.6	67.6
	No	23	32.4	32.4	100.0
	Total	71	100.0	100.0	



¿Le gustaría ir a un gimnasio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	53	74.6	77.9	77.9
	No	15	21.1	22.1	100.0
	Total	68	95.8	100.0	
Perdidos	Sistema	3	4.2		
Total		71	100.0		



¿Como realiza el pago de su gimnasio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Diario	19	26.8	35.2	35.2
	Mensual	35	49.3	64.8	100.0
	Total	54	76.1	100.0	
Perdidos	Sistema	17	23.9		
Total		71	100.0		



“El apartado de perdidos nos indica que hay personas que no van al gimnasio y no les gustaría ir al gimnasio”.

¿Con que frecuencia hace uso del gimnasio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	un día a la semana	5	7.0	9.3	9.3
	dos días a la semana	10	14.1	18.5	27.8
	tres días a la semana	5	7.0	9.3	37.0
	cuatro días a la semana	4	5.6	7.4	44.4
	cinco días a la semana	16	22.5	29.6	74.1
	seis días a la semana	1	1.4	1.9	75.9
	Toda la semana	13	18.3	24.1	100.0
	Total	54	76.1	100.0	
Perdidos	Sistema	17	23.9		
Total		71	100.0		

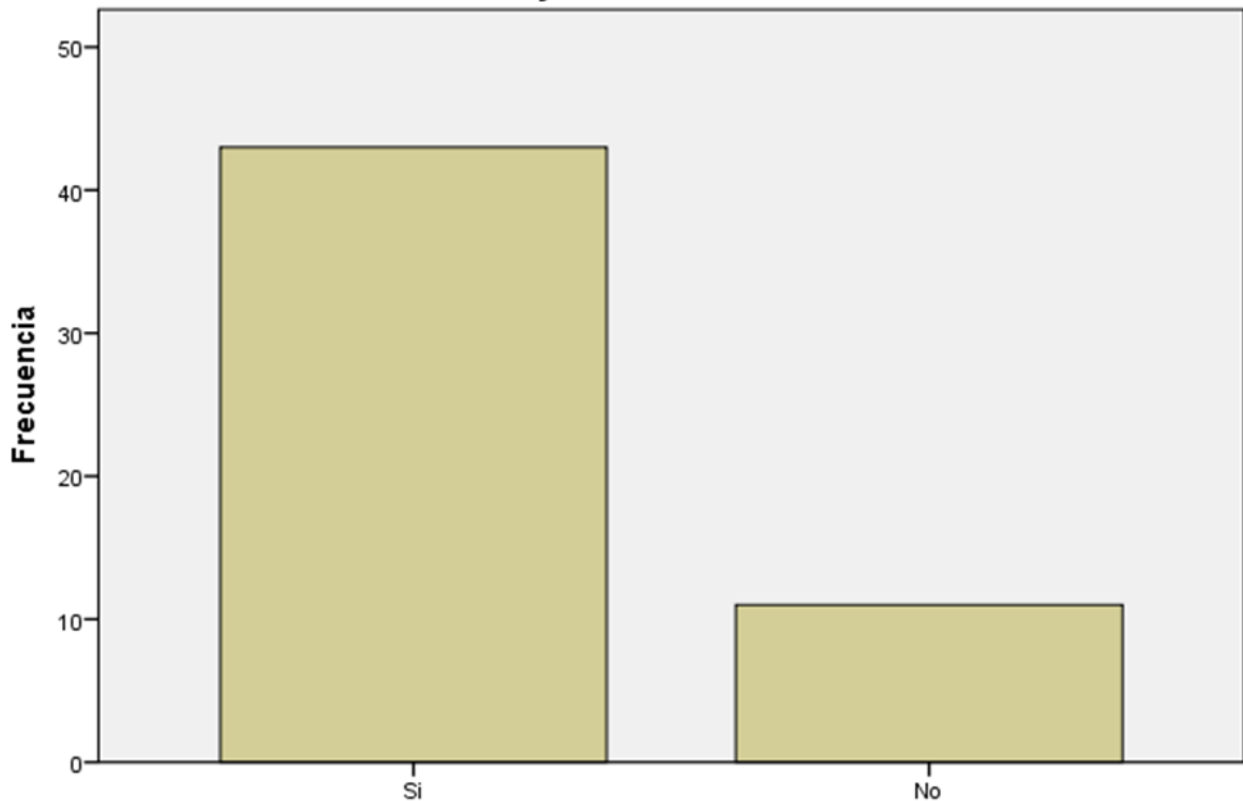


“El apartado de perdidos nos indica que hay personas que no van al gimnasio y no les gustaría ir al gimnasio”.

¿Estaría dispuesto a cambiar su plan de pago diario por mensual con servicio adicional de tabla alimenticia y citas semanales con un nutricionista?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	43	60.6	79.6	79.6
	No	11	15.5	20.4	100.0
	Total	54	76.1	100.0	
Perdidos	Sistema	17	23.9		
Total		71	100.0		

¿Estaría dispuesto a cambiar su plan de pago diario por mensual con servicio adicional de tabla alimenticia y citas semanales con un nutricionista?

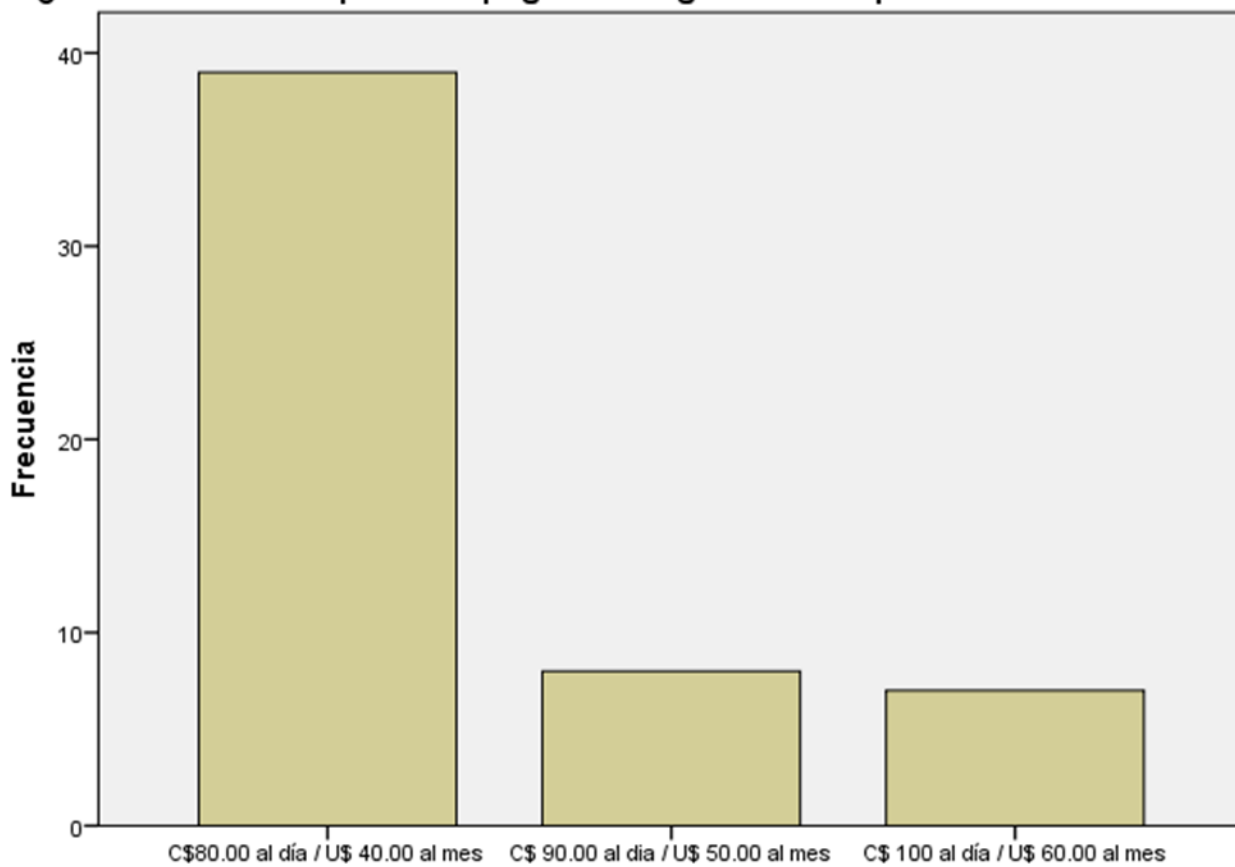


¿Estaría dispuesto a cambiar su plan de pago diario por mensual con servicio adicional de tabla alimenticia y citas semanales con un nutricionista?

“El apartado de perdidos nos indica que hay personas que no van al gimnasio y no les gustaría ir al gimnasio”.

¿Cuanto estaría dispuesto a pagar en un gimnasio en plan diario/mensual?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	C\$80.00 al día / U\$ 40.00 al mes	39	54.9	72.2	72.2
	C\$ 90.00 al día / U\$ 50.00 al mes	8	11.3	14.8	87.0
	C\$ 100 al día / U\$ 60.00 al mes	7	9.9	13.0	100.0
	Total	54	76.1	100.0	
Perdidos	Sistema	17	23.9		
Total		71	100.0		

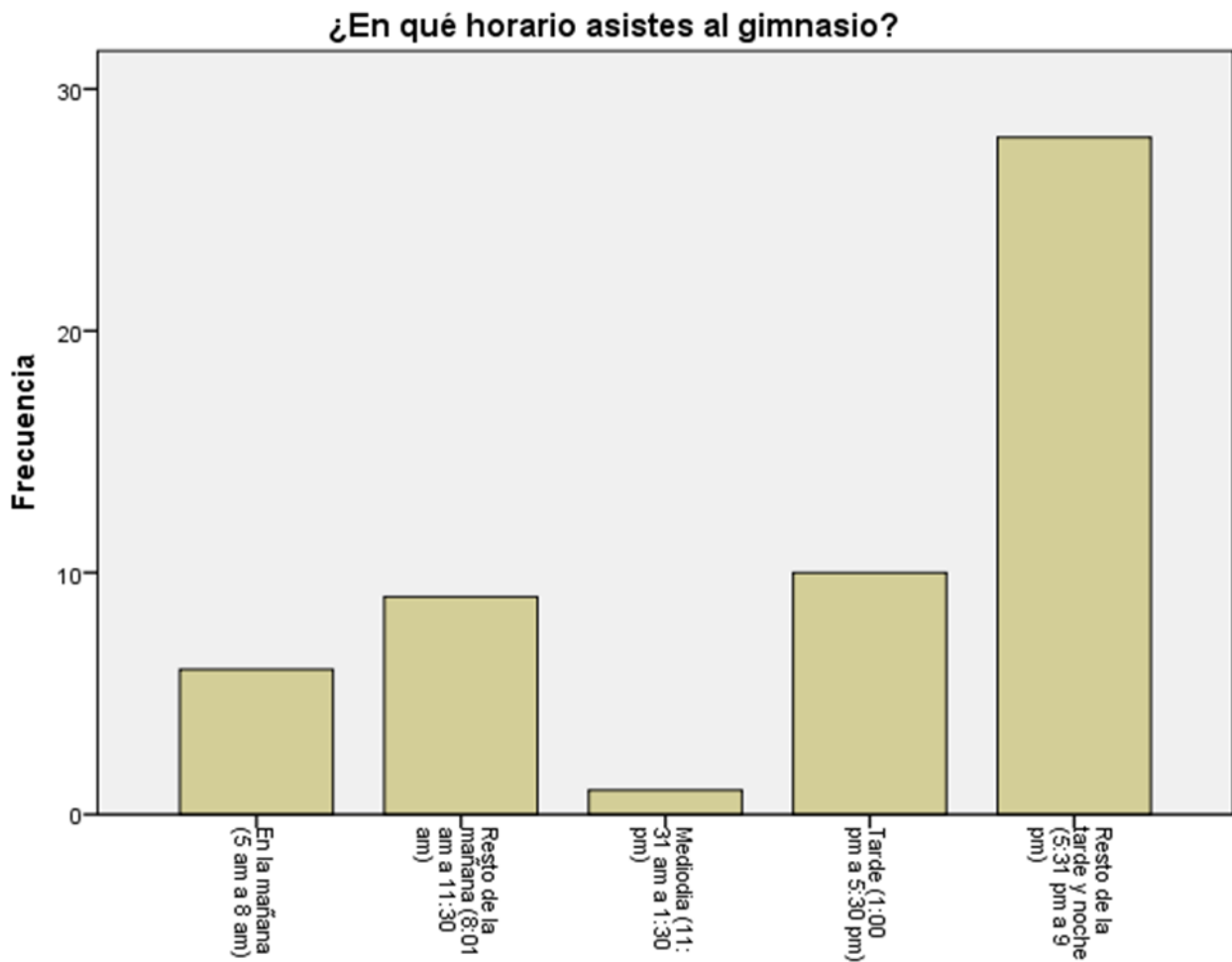
¿Cuanto estaría dispuesto a pagar en un gimnasio en plan diario/mensual?



¿Cuanto estaría dispuesto a pagar en un gimnasio en plan diario/mensual?

“El apartado de perdidos nos indica que hay personas que no van al gimnasio y no les gustaría ir al gimnasio”.

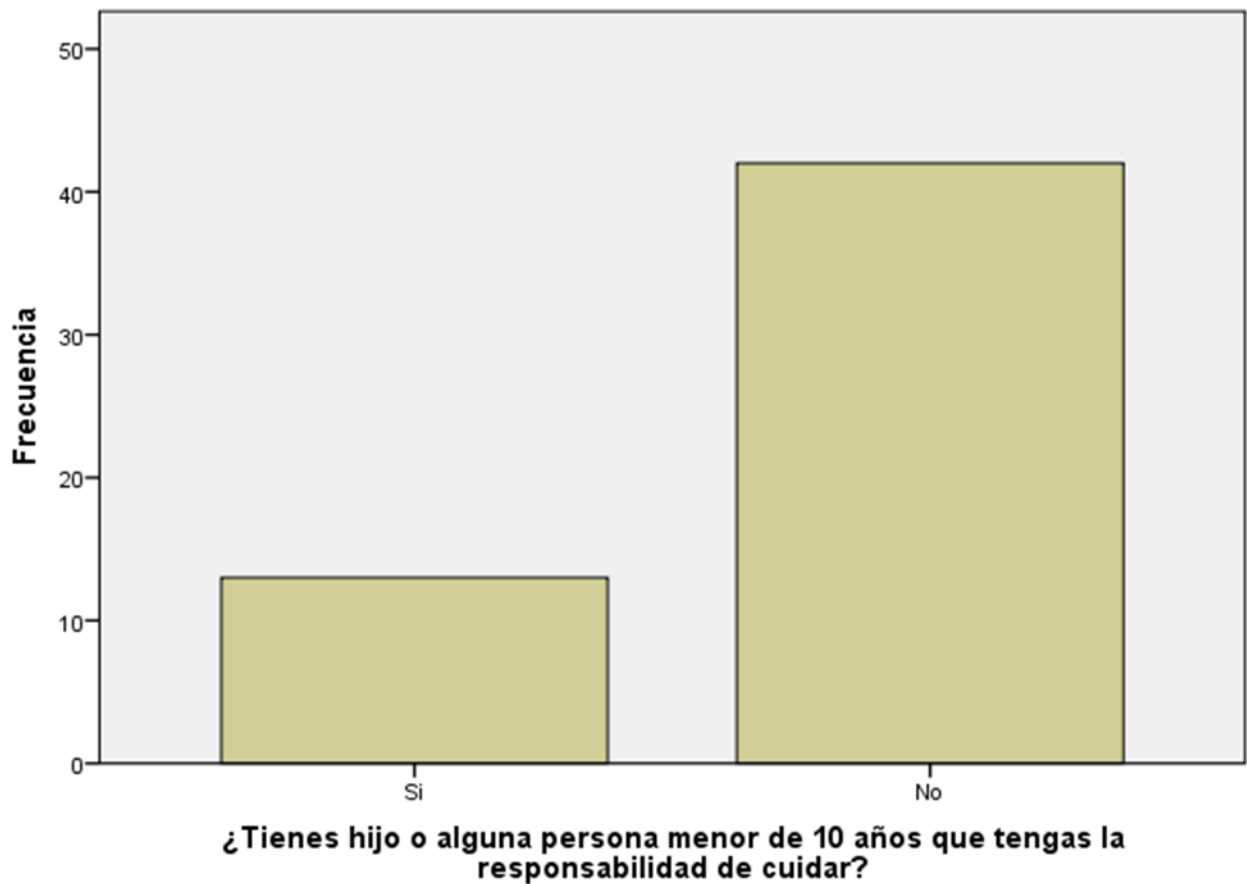
¿En qué horario asistes al gimnasio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En la mañana (5 am a 8 am)	6	8.5	11.1	11.1
	Resto de la mañana (8:01 am a 11:30 am)	9	12.7	16.7	27.8
	Mediodía (11:31 am a 1:30 pm)	1	1.4	1.9	29.6
	Tarde (1:00 pm a 5:30 pm)	10	14.1	18.5	48.1
	Resto de la tarde y noche (5:31 pm a 9 pm)	28	39.4	51.9	100.0
	Total	54	76.1	100.0	
Perdidos	Sistema	17	23.9		
Total		71	100.0		



“El apartado de perdidos nos indica que hay personas que no van al gimnasio y no les gustaría ir al gimnasio”.

¿Tienes hijo o alguna persona menor de 10 años que tengas la responsabilidad de cuidar?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	13	18.3	23.6	23.6
	No	42	59.2	76.4	100.0
	Total	55	77.5	100.0	
Perdidos	Sistema	16	22.5		
Total		71	100.0		

¿Tienes hijo o alguna persona menor de 10 años que tengas la responsabilidad de cuidar?

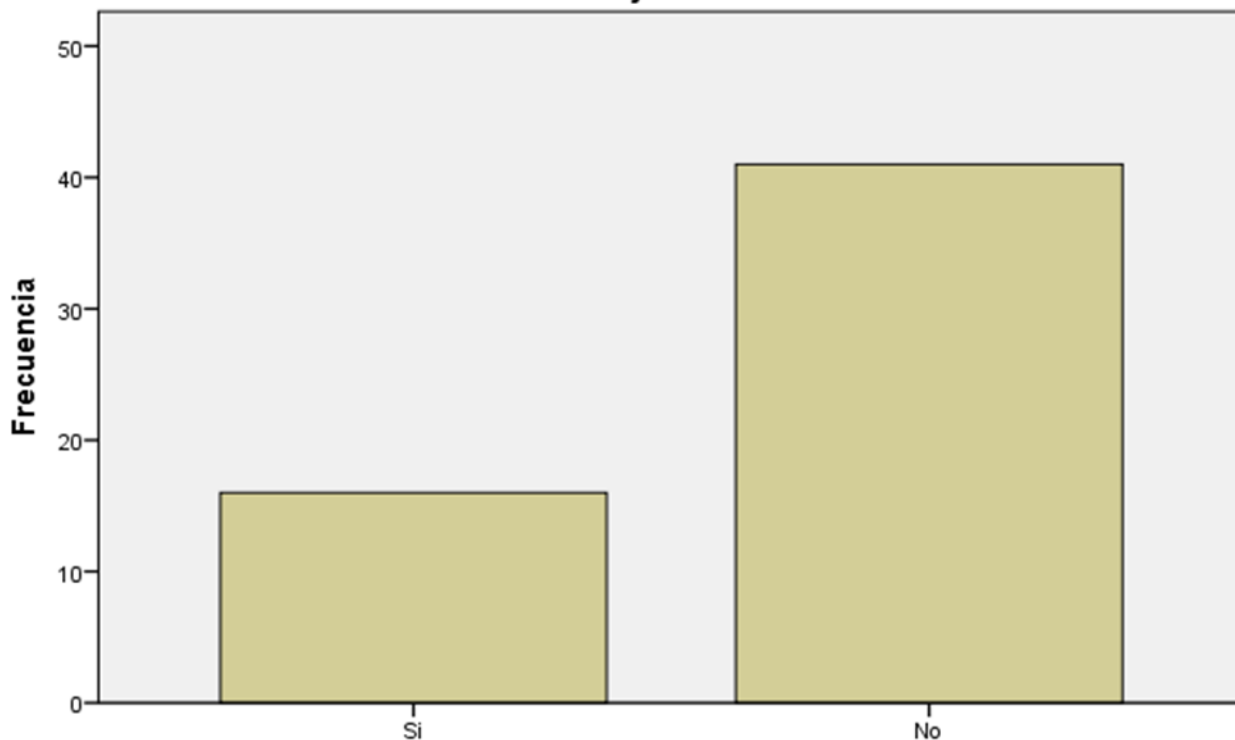


“El apartado de perdidos nos indica que hay personas que no van al gimnasio y no les gustaría ir al gimnasio”.

¿Estarías dispuesto a pagar C\$ 15.00 al día / U\$ 3.00 mensual si en un dado caso tengas un hijo, y no haya disponible un tutor que lo cuidara mientras realizas tu rutina de ejercicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	16	22.5	28.1	28.1
	No	41	57.7	71.9	100.0
	Total	57	80.3	100.0	
Perdidos	Sistema	14	19.7		
Total		71	100.0		

¿Estarías dispuesto a pagar C\$ 15.00 al día / U\$ 3.00 mensual si en un dado caso tengas un hijo, y no haya disponible un tutor que lo cuidara mientras realizas tu rutina de ejercicio?

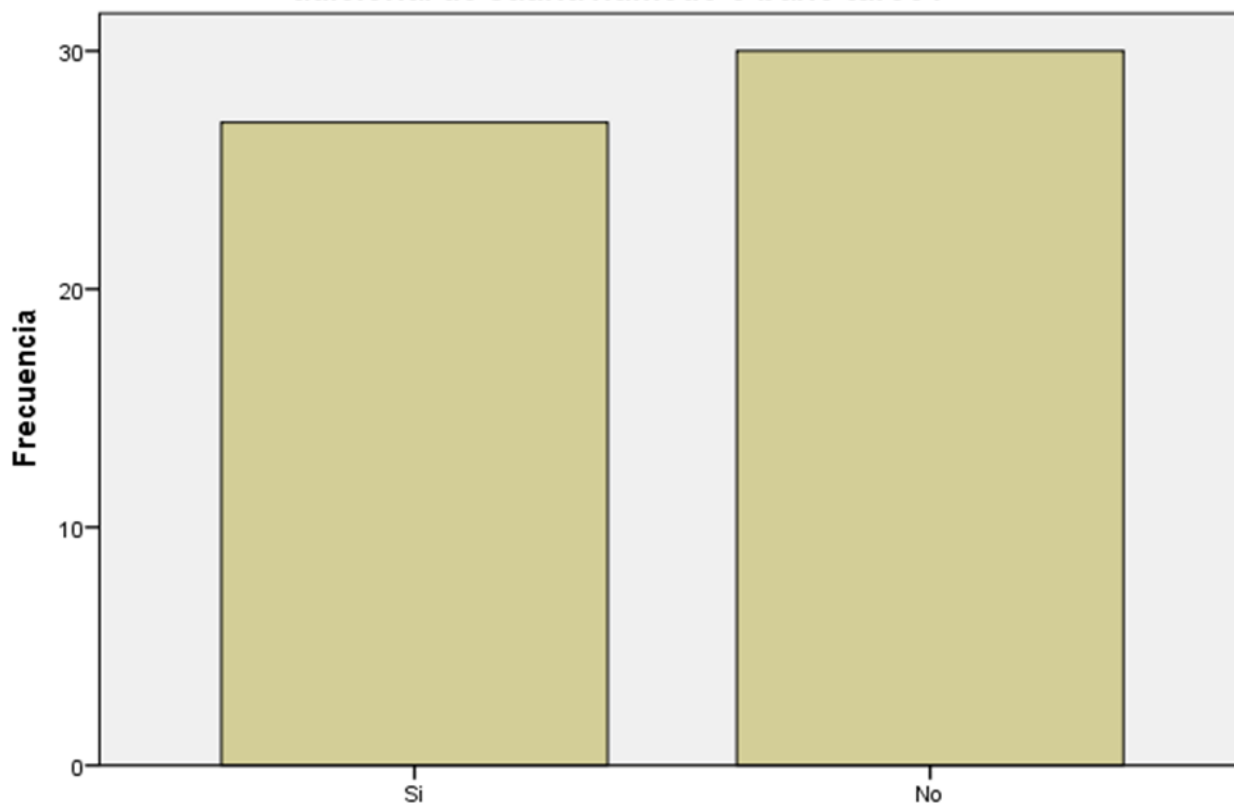


¿Estarías dispuesto a pagar C\$ 15.00 al día / U\$ 3.00 mensual si en un dado caso tengas un hijo, y no haya disponible un tutor que lo cuidara mientras realizas tu rutina de ejercicio?

“El apartado de perdidos nos indica que hay personas que no van al gimnasio y no les gustaría ir al gimnasio”.

¿Estarías dispuesto a pagar C\$ 70.00 al día /U\$ 10.00 al mes por servicio adicional de sauna húmedo o baño turco?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	27	38.0	47.4	47.4
	No	30	42.3	52.6	100.0
	Total	57	80.3	100.0	
Perdidos	Sistema	14	19.7		
Total		71	100.0		

¿Estarías dispuesto a pagar C\$ 70.00 al día /U\$ 10.00 al mes por servicio adicional de sauna húmedo o baño turco?

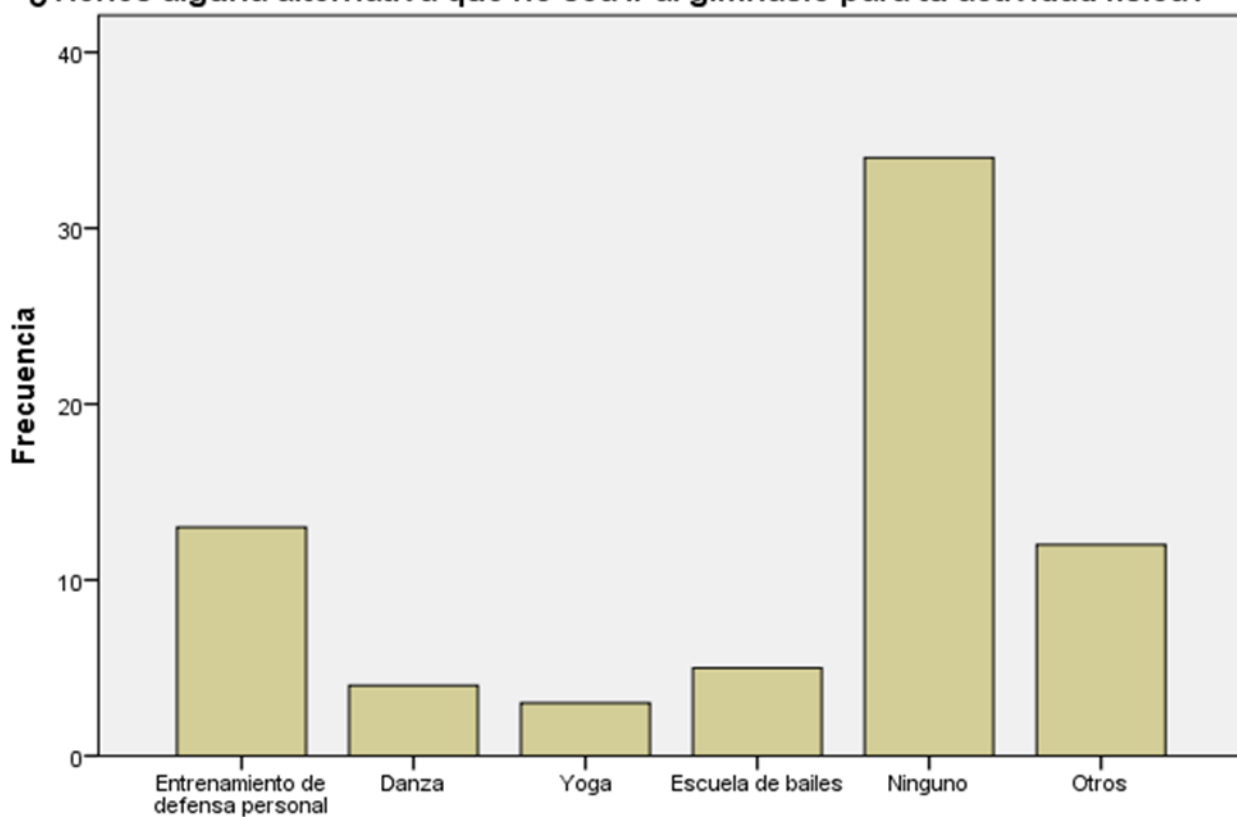


¿Estarías dispuesto a pagar C\$ 70.00 al día /U\$ 10.00 al mes por servicio adicional de sauna húmedo o baño turco?

“El apartado de perdidos nos indica que hay personas que no van al gimnasio y no les gustaría ir al gimnasio”.

¿Tienes alguna alternativa que no sea ir al gimnasio para tu actividad física?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Entrenamiento de defensa personal	13	18.3	18.3	18.3
	Danza	4	5.6	5.6	23.9
	Yoga	3	4.2	4.2	28.2
	Escuela de bailes	5	7.0	7.0	35.2
	Ninguno	34	47.9	47.9	83.1
	Otros	12	16.9	16.9	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

¿Tienes alguna alternativa que no sea ir al gimnasio para tu actividad física?



¿Tienes alguna alternativa que no sea ir al gimnasio para tu actividad física?

¿Por qué motivo no te gusta ir a un gimnasio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tiempo	13	18.3	50.0	50.0
	Motivos económicos	4	5.6	15.4	65.4
	Otros métodos de ejercicios	9	12.7	34.6	100.0
	Total	26	36.6	100.0	
Perdidos	Sistema	45	63.4		
Total		71	100.0		



“El apartado de perdidos nos indica que hay personas que actualmente asisten a un gimnasio”.

Cotizaciones de las maquinarias y equipos:

The screenshot shows a product page for a 'Gavetero con ruedas 919-1 | Color Madera'. The product is a wooden cabinet with three drawers and wheels. The price is \$47.5 per unit, with a discount of \$14.25 from the original price of \$61.75. The product is currently out of stock. The page includes a navigation bar with categories like 'ELECTRÓNICOS' and 'FITNESS', and a sidebar with social media icons for Facebook, Twitter, WhatsApp, Messenger, and Skype. The product details section lists the product state as 'No Disponible', the product code as 'CJB020302ND0201', and the seller as 'CoolMarts'. It also shows the weight as 0kg, shipping by the seller, and a total of 14 units sold with 0 comments. The area is 'Managua'. There are buttons for 'Añadir' and 'Comprar Ahora'. A 'POLÍTICA DE DEVOLUCIÓN' section is also visible.


The screenshot shows a product page for an 'HP Computadora portátil / 14CK0004LA / Intel Celeron'. The price is C\$12,499.00, marked as a 'FacilitOferta'. The product is in stock with the UPC 431411700003. The page includes a navigation bar with categories like 'CATEGORÍAS', 'Asistencias', 'RadioShack', 'Gift Cards', 'Óptica', and 'Marcas', and a sidebar with 'OFERTAS'. The product image shows a blue HP laptop. The page features a yellow 'AGREGAR A MI BOLSA' button, 'Favoritos' and 'Compartir' icons, and a 'Servicio de garantía extendida' section with a 'Contrato de Servicio' dropdown. Payment methods include 'Métodos de Pago' (VISA, MasterCard, American Express, PayPal) and 'Métodos de envío' (Ver más detalles >). There is also a 'Servicio al cliente' link (Ponerte en contacto >).

1801.503.0004 (LOCAL) - 1866.200.4040 (USA) Contáctenos Nicaragua C\$ NIO

lacuracaonline.com Sucursales Mi Bolsa Mi Cuenta
 Entrar / Registrarse

CATEGORÍAS Asistencias RadioShack Gift Cards Óptica Marcas **OFERTAS**

Inicio > HP Impresora Multifuncional / 315 / Inyección



McAfee SECURE

AGREGAR A MI BOLSA

Favoritos | Compartir

~~C\$5,699.00~~
C\$4,999.00 FacilitOferta

HP
 HP Impresora Multifuncional / 315 / Inyección

EN STOCK | UPC 438456000006

Métodos de Pago: **VISA** **MasterCard** **AMERICAN EXPRESS** **PayPal**


[Dejar un mensaje](#)

1801.503.0004 (LOCAL) - 1866.200.4040 (USA) Contáctenos Nicaragua C\$ NIO

lacuracaonline.com Sucursales Mi Bolsa Mi Cuenta
 Entrar / Registrarse

CATEGORÍAS Asistencias RadioShack Gift Cards Óptica Marcas **OFERTAS**

Inicio > Commodity Escritorio para computadora / CT3541 / Mdf



McAfee SECURE

AGREGAR A MI BOLSA

Favoritos | Compartir

C\$4,369.00 FacilitOferta

Commodity
 Commodity Escritorio para computadora /
 CT3541 / Mdf

EN STOCK | UPC 419926200003

Servicio de garantía extendida ⓘ
 Contrato de Servicio

Métodos de Pago: **VISA** **MasterCard** **AMERICAN EXPRESS** **PayPal**

[Dejar un mensaje](#)

Inicio > Sauder Silla de oficina / O317F63 / Roja



AGREGAR A MI BOLSA

Favoritos | Compartir

C\$2,245.00

Sauder

Sauder Silla de oficina / O317F63 / Roja

EN STOCK UPC 421790400007

Métodos de Pago VISA MasterCard American Express PayPal

Métodos de envío Ver más detalles > Métodos de pago Ver más detalles > Servicio al cliente Ponerte en contacto >

Dejar un mensaje

Inicio > Sauder Silla de oficina / O315F64 / Negro



AGREGAR A MI BOLSA

Favoritos | Compartir

C\$1,895.00

PRECIO increíble

Sauder

Sauder Silla de oficina / O315F64 / Negro

EN STOCK UPC 421789400001

Métodos de Pago VISA MasterCard American Express PayPal

Métodos de envío Ver más detalles > Métodos de pago Ver más detalles > Servicio al cliente Ponerte en contacto >

Dejar un mensaje

Inicio > Frigidaire Aire Acondicionado Inverter / FAIE12A2RBHQ / 12000 BTU



AGREGAR A MI BOLSA

Favoritos | Compartir

C\$16,699.00

Frigidaire
Frigidaire Aire Acondicionado Inverter /
FAIE12A2RBHQ / 12000 BTU

EN STOCK UPC 424669200005001

Servicio de garantía extendida

Contrato de Servicio

Métodos VISA Mastercard American Express PayPal Dejar un mensaje

Inicio > RadioShack Teléfono alámbrico básico / 4304319



AGREGAR A MI BOLSA

Favoritos | Compartir

C\$540.00

RadioShack
RadioShack Teléfono alámbrico básico /
4304319

EN STOCK UPC 4293660000002

Métodos de Pago VISA Mastercard American Express PayPal

Métodos de envío Ver más detalles > Métodos de pago Ver más detalles > Servicio al cliente Ponerte en contacto >

Dejar un mensaje

Llámenos en horario de oficina al TELÉFONO 83705858

[Inicio](#) > [Muebles para Oficina](#) > [Sillas para Oficina](#) > [Sillas de Espera Recepción y otros](#) > Silla de Espera Berling Tapizada

Precio de Oferta



Silla de Espera Berling Tapizada

Silla de espera para oficinas

Material: Estructura metálica, asiento y espaldar con esponja tapizada con tela.

Colores: Esta silla de espera se puede personalizar, color al gusto del cliente.

Tapones plásticos en patas para proteger piso.

Esta silla es apilable.

SKU: SO-010

Categorías: [Muebles para Oficina](#), [Muebles para Salón de Belleza](#), [Sillas de Espera Recepción y otros](#), [Sillas y Bancas de Espera](#)
Etiquetas: [oficina](#), [recepción](#), [silla de espera](#), [sillas](#)

NI | US\$ | MI CARRERA 0

INICIAR SESIÓN

REGISTRO 

 siman.com

¿Qué producto o marca buscas?



DEPARTAMENTOS 

CLUBES

CERTIFICADOS

SUCURSALES

INICIO > CAMINADORA ELÉCTRICA 720

Caminadora Eléctrica 720



Conquista tus objetivos de fitness con una comodidad increíble y simple conveniencia con Gym Trainer 720 Cinta de correr del oro. Ajuste su inclinación hasta un 10 por ciento para maximizar los resultados del entrenamiento. Elija entre 18 aplicaciones de entrenamiento diferentes, diseñados por un entrenador personal certificado que se ajuste automáticamente la velocidad y la inclinación de la cinta. AirStride amortiguación ofrece protección conjunta final y el puerto de música Interplay le permite escuchar a su reproductor MP3 de Apple iPod o para la motivación extra. Disfrute de una sesión de ejercicios de gran alcance y un rendimiento increíble diseñado para ayudarlo a alcanzar su pináculo de fitness.

- Gold Gym Trainer 720 Treadmill:
- * 18 aplicaciones de entrenamiento
 - * Pantalla Multi-ventana LED
 - * Amortiguación AirStride
 - * Motor de G-Force 2 Comercial
 - * 0 a 10 por ciento de control de inclinación QuickSelect
 - * 0 a 10 MPH
 - * Selección rápida de control de velocidad
 - * Dual-grip pulsómetro PowerPulse
 - * Enfriar Aire fan entrenamiento
 - * Puerto de música compatible para Apple iPod
 - * Diseño SpaceSaver

 ¿Necesitas Ayuda?



Bicicleta Spinning

Bicicleta Spinning marca N4 Sporta modelo NS9708 con sistema de banda silenciosa, ajustable, manubrios ajustables, resistencia ajustable, cuadro de acero durable, cubiertas con vista de fibra de carbono, freno de emergencia. Soporta hasta un peso de 220 lbs.

Medidas aproximadas:

Largo: 118cm Ancho: 51cm Alto: 113cm

✓ En existencia

SKU# 463077100002

\$ 299.00

Cantidad: 1 [Agregar a Mi Carrito](#)

[¿Necesitan Ayuda?](#)

Inicio > ProGo Banca para abdominales / F-45133 / Negro



Zoom

AGREGAR A MI BOLSA

[Favoritos](#) | [Compartir](#)

C\$3,495.00

¡Precio increíble!

Pro-Go

ProGo Banca para abdominales / F-45133 / Negro

EN STOCK UPC 482300200005

Servicio de garantía extendida

Contrato de Servicio

Métodos de Pago



Métodos de envío [Ver más detalles >](#)

Métodos de pago [Ver más detalles >](#)

Servicio al cliente [Ponerte en contacto >](#)

[Dejar un mensaje](#)

[Favoritos](#) | [Compartir](#)

FacilitOferta

Pro-Go

ProGo Bicicleta de spinning / F91202 / Monitor

UPC 413973500000

EXPLORAR MÁS: [EQUIPOS DE EJERCICIO](#)

Métodos de Pago



Métodos de envío [Ver más detalles >](#)


Métodos de pago [Ver más detalles >](#)

Servicio al cliente [Ponerte en contacto >](#)

[Imprimir ficha de producto](#)



[Dejar un mensaje](#)



AGREGAR A MI BOLSA

Favoritos | Compartir

C\$17,159.00 FacilitOferta

Pro-form
Pro-form Elíptico / PFEL02917 / 12 Niveles de resistencia

EN STOCK UPC 428987600004

Servicio de garantía extendida ⓘ
Contrato de Servicio

Métodos de Pago: VISA, Mastercard, American Express, PayPal

Métodos de envío: Ver más detalles > | Métodos de pago: Ver más detalles > | Servicio al cliente: Puntaje en contacto >

Dejar un mensaje

siman.com

¿Qué producto o marca buscas?

DEPARTAMENTOS | CLUBES | CERTIFICADOS | SUCURSALES

INICIO > GOLD'S GYM XRS 50



Gold's Gym xrs 50

Dirígete a todo tu cuerpo con una amplia gama de opciones de entrenamiento diseñadas para tonificar tus músculos y desarrollar una fuerza poderosa.

✓ En existencia

SKU# 102168263

\$ 499.00

Cantidad: 1

Agregar a Mi Carretila

¿Necesitas Ayuda?

siman.com

¿Qué producto o marca buscas?

DEPARTAMENTOS | CLUBES | CERTIFICADOS | SUCURSALES

INICIO > GIMNASIO WEIDER PRO 8500



Gimnasio Weider Pro 8500

Gimnasio smith machine weider pro 8500

Realiza un entrenamiento completo en la comodidad de tu hogar.

El pro 8500 smith cage tiene las herramientas de entrenamiento de fuerza que necesitas para trabajar hacia el cuerpo que deseas.

● Producto agotado

SKU# 100721788

\$ 1,199.00



Juego de Pesas Olímpico

Mantente siempre en forma con este útil juego de pesas, el cual incluye:

- Barra olímpica
- 1 Disco de 45 lb
- 1 Disco de 35 lb
- 4 Discos de 25 lb
- 1 Disco de 10 lb
- 2 Discos de 5 lb

✓ En existencia

SKU# 451807200009

~~\$ 689.00~~ \$ 569.00

Cantidad: [Agregar a Mi Carretila](#)



Disco olímpico 25lb

Mejora tu fuerza, impulsa tu cardio y agrega increíble definición muscular. Adecuado para levantamiento olímpico, powerlifting, crossfit y otros ejercicios pesados.

- Platos de 25 libras
- Marca Runic
- Se adapta a barras olímpicas.

✓ En existencia

SKU# 101187001

~~\$ 49.00~~ \$ 39.00

Cantidad: [Agregar a Mi Carretila](#)



GENERADOR VAPOR PARA SAUNA 6KW 220V

\$ 655.573

Agotado

SKU: TG0505

Categoría: Sin categoría



[Necesitas Ayuda?](#)



Registro Público de la Propiedad Inmueble y Mercantil de Managua
Sistema de Folio Personal - Registro Mercantil
HOJA DE INSCRIPCION

No Único:

Detalle

Razón Social:

Domicilio:

Nombre Comercial:

Departamento: MANAGUA **Estado:** Activo

Escritura Pública:	Número	Fecha	Notario
	21	04/12/2014 9:00:00	
Serie Testimonio:	SERIE O 1486387,1486388		

Inscripción: El presente Poder General de Administración, cumple con lo exigido en la Ley para este tipo de actos.

Poder

No	Tipo Tramite	No Transacción	Fecha y Hora Diario	No Diario
1	PODER GENERAL DE ADMINISTRACION	MG00-00049109	04/12/2014 02:43	0616750
	Numero de Poder:	MG00-42-000407		

Participantes

No	Nombre Completo	Identificación	Tipo Participante
1			
2			

Que la Sociedad; inscrita con Número Único: presentada a esta oficina para la INSCRIPCION DE OTORGAMIENTO DE PODER GENERAL DE ADMINISTRACION, a las **dos y cuarenta y tres Minutos de la tarde del día cuatro de diciembre del año dos mil catorce**, según asiento de presentación número: **0616750**, del Libro Diario e inscrito bajo el número Único de Poder: **MG00-** del **REGISTRO PUBLICO DE LA PROPIEDAD INMUEBLE Y MERCANTIL MANAGUA;** **MANAGUA quince de diciembre del año dos mil catorce.**



Firma y Sello del Registrador
ROSA ARGENTINA ORTEGA CESPEDES
REGISTRADOR PUBLICO AUXILIAR DEL DEPARTAMENTO MERCANTIL DE MANAGUA

ALCALDIA DE MANAGUA
DIRECCIÓN GENERAL DE RECAUDACIÓN
CONSTANCIA DE MATRICULA
COLOCAR EN LUGAR VISIBLE

PODER EJECUTIVO
ALCALDIA DE MANAGUA
PARA SERVIRTE MEJOR!
0000005

REGIMEN: _____ AÑO: _____
 LA DIRECCION GENERAL DE RECAUDACION, HACE CONSTAR QUE EL CONTRIBUYENTE:

ESTA MATRICULADO CON No. RUC _____ CTA. FISCAL: _____
 DIRECCION: _____
 DIST. No.: _____ ACTIVIDAD ECONOMICA: _____
 R.O.C. No.: _____ FECHA: _____ F. EMISION CONSTANCIA: _____

FIRMA Y SELLO

O y M-RE.03

MUESTRA

REPUBLICA DE NICARAGUA
MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO
DIRECCION GENERAL DE INGRESOS

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
REGIMEN DE CUOTA FIJA
SOLICITUD DE INSCRIPCION O CAMBIO DE INFORMACION

ESTE FORMULARIO DEBE SER UTILIZADO PARA INSCRIBIRSE EN EL REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES, O PARA EL CAMBIO DE INSCRIPCION DE LOS CONTRIBUYENTES YA INSCRITOS EN EL MISMO

I. CAMBIO DE INFORMACION (Solo en los casos en los que se desee modificar informacion ya registrada en la DGI)

Cambios de Informacion: Datos Basicos Direccion **NÚMERO DE RUC**
 Actividad Economica Baja de Contribuyente Reposición Carnet [] [] [] [] [] [] [] [] [] [] [] []

II. DATOS BÁSICOS

Primer Apellido _____ Segundo Apellido _____ Nombres _____
 Nombre Comercial: _____
 Tipo de Identificación: Cédula de Identidad Número de Documento: _____
 Pasaporte Lugar de Expedición: _____
 Cédula Residencia Código: [] [] [] [] [] [] [] [] [] [] [] []
 Sexo: M F Nacionalidad: Nicaragüense Otra: _____
 Fecha de Nacimiento: [] [] / [] [] / [] [] [] [] [] [] [] [] [] [] [] []
 DIA MES AÑO

III. DIRECCION

Domicilio Comercial: _____ Casa No. _____ Reparto/ Barrio: _____
 Apartado Postal: _____ Teléfono: _____ Fax: _____ Correo Electrónico: _____
 Domicilio Personal: _____ Casa No. _____ Reparto/ Barrio: _____
 Apartado Postal: _____ Teléfono: _____ Fax: _____ Correo Electrónico: _____
 Código de Departamento: [] [] [] [] Número de Distrito: [] [] [] [] Código de Alcaldía: [] [] [] []

IV. ACTIVIDAD ECONOMICA

A - B - M Actividad Económica Principal: _____ Código CIU: [] [] [] [] [] [] [] [] [] [] [] []

Tipo de Actividad Económica

Pequeña Industria Ferretería Abarrotes Servicios Farmacia Artesanía Ropa-Calzado
 Joyería - Relojería Electrodomésticos Comedor-Bar Otros: _____ No. Empleados [] [] [] [] [] [] [] [] [] [] [] []

V. INFORMACION FINANCIERA

Activo: C\$ _____ Valor de Inventarios: C\$ _____ Ventas Mensuales: C\$ _____

VI. REPOSICION DE CARNET DE CONTRIBUYENTE O CERTIFICADO DE INSCRIPCION

1. Reposición de Carnet 2. Reposición de Certificado de Inscripción 3. Renovación de Carnet y Certificado

Administración de Rentas: _____ Código: [] [] [] [] [] [] [] [] [] [] [] []

Nombres y Apellidos de la Persona que realiza el Trámite: _____
 Firma: _____ Cédula de Identificación: _____ Fecha: ____ / ____ / ____

Formulario único de inscripción de comerciante individual

Datos personales

<i>Primer nombre</i>	<i>Segundo nombre</i>	<i>Primer apellido</i>	<i>Segundo apellido</i>
Sexo: F M	Nacionalidad <input type="radio"/> Nicaragüense <input type="radio"/> Otra: _____	Fecha de nacimiento	Lugar de nacimiento
Tipo de documento de identidad	<input type="checkbox"/> cédula de identid. <input type="checkbox"/> cédula de residen. <input type="checkbox"/> pasaporte	Número de documento de identidad	Lugar de expedición del documento
Profesión u oficio	Dirección		
Municipio	Departamento	Teléfono	Celular
Fax	Apartado postal	Correo electrónico	

Datos del negocio

<i>Nombre del negocio</i>	<i>Actividad secundaria</i>
<i>Actividad primaria</i>	<i>Fecha de inicio de operación</i>

INFORMACION FINANCIERA

ACTIVO CIRCULANTE
 ACTIVO FIJO
 ACTIVOS TOTALES

INFORMACION FINANCIERA

VENTAS TOTALES
 INVENTARIOS
 PASIVO
 PATRIMONIO

Declaro bajo juramento que toda la información ingreso en esta hoja corresponde absoluta y fidedignamente a la realidad.

Apellidos y nombres de quien realiza el trámite

Firma

Cédula de identidad

Fecha



10. GLOSARIO

Anaeróbico: El ejercicio anaeróbico es el ejercicio físico que comprende actividades breves basadas en la fuerza, tales como el levantamiento de pesas.

Aeróbico: El ejercicio aeróbico es un ejercicio físico el cual necesita implícitamente de la respiración para poder realizarse. Los ejercicios aeróbicos incluyen cualquier tipo de ejercicio que se practique a niveles moderados de intensidad durante períodos de tiempo extensos, lo que hace mantener una frecuencia cardíaca más elevada.

Exclusividad: Que va dirigido a un cierto grupo, lugar o cosa en específico.

Gestión: en administración, es la planificación de los procesos para alcanzar los objetivos de la empresa u organización, incluyendo sistemas de mecanismos, acciones con los recursos que se adquirieron.

Helvética: es una familia tipográfica desarrollada por Max Miedinger conjuntamente con Edouard Hoffmann en 1957 para la fundición de tipografías Haas'sche Schriftgießerei.

Insumo: Conjunto de elementos que toman parte en la producción de otros bienes.

Locomotor: En anatomía, es un aparato que permite al ser humano o animal en general interactuar con el medio que le rodea mediante el movimiento.

Toxina: Veneno producido por organismos vivos.

Wellness: es un término en inglés que se usa generalmente para definir un equilibrio saludable entre los niveles mental, físico y emocional, obteniendo como resultado un estado de bienestar general.