



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas

TRABAJO MONOGRAFICO



PLAN DE NEGOCIOS

Para obtener el grado de
LICENCIADO EN SISTEMAS COMERCIALES

Presenta

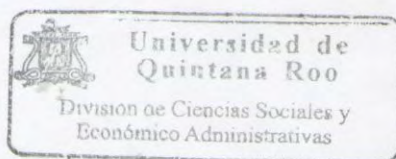
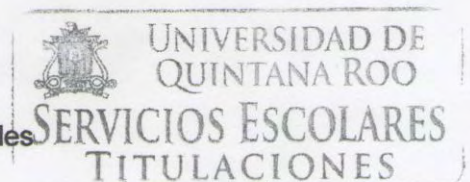
Gonzalo Hidalgo Prado

SUPERVISORES

M.C. José Luis Zapata Sánchez

Dr. José Luis Esparza Aguilar

Lic. Francisco Sánchez-Hidalgo Morales



Chetumal, Quintana Roo, México, Mayo 2014.

UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas

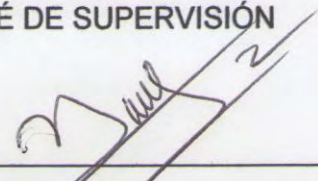


Tesis elaborada bajo la supervisión del comité de Tesis del programa de Licenciatura y aprobada como requisito para obtener el grado de:

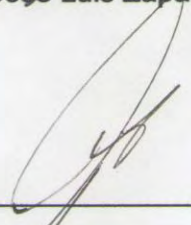
LICENCIADO EN SISTEMAS COMERCIALES

COMITÉ DE SUPERVISIÓN


Revisor: _____

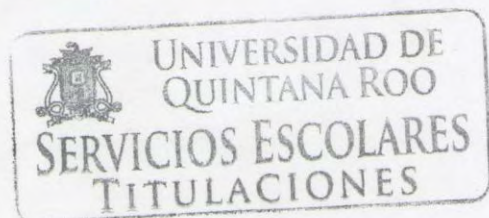
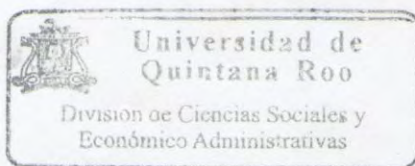

M.C. José Luis Zapata Sánchez

Revisor: _____


Dr. José Luis Esparza Aguilar

Revisor: _____


Lic. Francisco Sánchez-Hidalgo Morales



Agradecimientos

Quiero agradecer en primera instancia a mi familia, mi mayor soporte para salir adelante en cada uno de mis proyectos de vida y por que también es un logro de ellos.

A mi madre Mildred Prado González, por su apoyo incondicional y brindarme lo mejor de su vida con su apoyo moral y esfuerzo.

A mi padre Alberto Hidalgo Rodríguez, el pilar de mi familia a quien agradezco la disciplina, la constancia y la fuerza que me enseñó para alcanzar las metas que me proponga en la vida.

A mis hermanos Rodrigo y Brenda que son personas en la que puedo contar en cualquier momento y que siempre será un orgullo para mí.

A mi esposa Julia Briceño Valdez que con su apoyo he aprendido a levantarme después de tropezar, descubrir, arriesgar y ganar. A mis hijos Ana Camila y Gael Gonzalo que son mi motor de vida y por quienes la vida me da una razón más de hacer las cosas e ir siempre adelante.

Gracias al M.C. José Luis Zapata Sánchez por brindarme su invaluable tiempo y supervisión, sus consejos y su paciencia. Que me ha ayudado a mejorar la perspectiva de mi realidad.

Gracias al maestro José Luis Esparza por su tiempo, supervisión y enseñanzas las cuales aportan un bien para desarrollarme profesionalmente.

Gracias a Francisco Sánchez-Hidalgo por su tiempo y supervisión, así como sus consejos y enseñanzas.

A los que creyeron y no creyeron en mí, que son los que me dan fortaleza.

A la universidad de Quintana Roo, mi mejor y más grata escuela, que me preparo profesional y éticamente para emprender nuevas fronteras y por qué aquí encontré lo mejor de mi vida.

PLAN DE NEGOCIOS



Gonzalo Hidalgo Prado

Chetumal, Quintana Roo

CONTENIDO

CONTENIDO	5
RESUMEN EJECUTIVO.....	9
PLAN DE NEGOCIOS.....	13
1. Definición de la empresa	13
1.1. Datos de la Empresa	13
1.2. Antecedentes	13
1.3. Concepto del negocio.....	14
1.4. Servicio.....	14
1.5. Misión.....	15
1.6. Visión.....	15
1.7. Objetivos Generales de la empresa	15
1.8. Análisis FODA	15
1.9. Ventajas Comparativas	16
1.10. Impacto en la comunidad	17
2. Mercadotecnia.....	17
2.1. Servicio.....	17
2.2. Investigación de Mercado.....	19
2.3. Definición del mercado	24
2.4. Competencia	24
2.5. Precio	25
2.6. Promoción	26
2.7. Comercialización	27
2.8 Imagen de la empresa.....	28
3. Operaciones	28
3.1. Servicio.....	28
3.2. Localización geográfica	29
Figura 3.1	30
3.3. Insumos y proveedores	30
3.4. Instalaciones físicas	30
3.5. Diagrama de Proceso.....	31
3.6. Control de calidad	32
3.7. Equipo de Gimnasio	33
3.8. Infraestructura Tecnológica	34
4. Recursos Humanos.....	35
4.1. Organigrama	35
4.2. Definición de puestos	35
4.3. Equipo de líderes del proyecto	37
4.4. Personal	38
4.4.1. Reclutamiento, selección, inducción y aspectos laborales.....	38
5. Contabilidad y Finanzas	41
5.1. Inversión.....	41
5.2. Estructura del financiamiento	41
5.3. Proyección de Ventas.....	42
5.5. Estados financieros	42
5.5.1. Flujo de Efectivo	42
5.5.2. Estado de Resultados	42

5.5.3. Balance General.....	43
5.6. Indicadores Financieros	43
5.6.1. Periodo de Recuperación	43
5.6.2. Punto de Equilibrio	43
5.6.3. Tasa Interna de Retorno.....	43
5.6.4. Valor Actual Neto	44
6. Aspectos Legales	44
6.1. Forma legal	44
6.2. Obligaciones fiscales.....	46
CONCLUSIONES	46
ANEXOS	50
Anexo A	51
Anexo B	52
Anexo C	55
Anexo D	56
Anexo E	57
Libros sobre Plan de Negocios.....	58

RESUMEN EJECUTIVO

Gymtastic es un centro que presta servicios de acondicionamiento físico integral a través de programas personalizados que incluyen actividades aeróbicas, físico-constructivistas, de meditación y nutrimentales, ofreciendo el espacio idóneo para conseguirlo. Este centro se encuentra ubicado en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo, en donde se contará con una ludoteca y otros servicios.

Gymtastic nace como una propuesta de solución a la problemática de salud actual que vive el país y el estado de Quintana Roo, ya que según la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2006 (ENSANUT 2006) el sobrepeso y la obesidad son los problemas más graves en la población mexicana. En el estado de Quintana Roo la situación no es muy diferente ya que, según la Encuesta de Salud y Nutrición 2006 que realizó el Instituto Nacional de Salud Pública, “la prevalencia de peso excesivo en Quintana Roo fue de 75% en adultos mayores de 20 años (70.7% para hombres y 77.9% para mujeres).

La misión de Gymtastic como negocio, es proveer a la población de un espacio en donde tengan acceso a los medios necesarios para alcanzar su meta de acondicionamiento físico ideal, con el soporte de personal altamente capacitado y siempre procurando satisfacer sus necesidades para alcanzar este objetivo.

Entre sus **“Ventajas Comparativas”** cuenta con la **“Diversidad de actividades, la “Asesoría nutrimental”**, prestada por un nutriólogo acreditado, la **“Ludoteca”**, un espacio en donde los socios podrán dejar a sus hijos jugar y divertirse de una manera sana y segura, bajo el cuidado de gente calificada, de esta forma los socios podrán acudir a sus sesiones, sin que “el no tener quien cuide a los niños” sea un impedimento; y por último el **“Seguimiento”**.

El mercado al que se dirige la empresa es para personas entre 25 y 60 años, de nivel socioeconómico medio –medio/alto, que gustan del deporte y hacer

ejercicio, dirigiendo un especial esfuerzo en el nicho de personas que comentan “no poder asistir al gimnasio por no tener con quien dejar sus hijos”.

El modelo de negocio de Gymtastic consiste en prestar el servicio mediante el seguimiento de los siguientes pasos:

El establecimiento de metas de peso del socio con apoyo de un asesor nutricional.

Elaboración de rutinas de ejercicio y pesas personalizadas con base en el diagnóstico del asesor nutricional y las metas de peso establecidas.

Seguimiento mensual del socio para conocer su avance.

Estos puntos en conjunto con el servicio anexo de la ludoteca conforman la propuesta única de venta del concepto Gymtastic.

En cuanto a la producción en el primer año se espera contar con un promedio de 136 socios mensuales, llegando a un promedio de 170 socios para el segundo año, manteniendo un crecimiento del 25 por ciento.

Las ventas o cobro de mensualidades proyectadas para el primer año son de \$658,800.00, para el segundo año de \$823,500.00, para el tercer año de \$1,029,375.00, y a partir del cuarto año rebasan el \$1,200,000.00, manteniendo siempre un margen de rentabilidad sobre las ventas arriba del 20%.

La inversión total para inicio del proyecto es de \$1, 135, 432, requerida básicamente para la adquisición de equipos de calidad. El Valor Presente Neto del proyecto es de \$2, 202, 928.87, con una TIR de 51%.

El ejercicio tiene muchas ventajas, es lo más cercano a la fuente de la juventud. Si quieres adelgazar o bajar la barriga te ayuda a esto si eres muy delgada y deseas más curvas también te ayuda.

La mayoría de las personas tenemos resistencia al ejercicio y creemos que necesitamos ir al gimnasio o comprar equipo especial para hacerlo. Esto no es

cierto, podemos correr, caminar, saltar la cuerda (como cuando éramos niños) usar videos y programas de televisión. Lo importante es comenzar aun cuando hagamos solo unos minutos.

Algunos de los beneficios del ejercicio

- El ejercicio nos ayuda a tonificar los músculos. Al desarrollar los músculos quemamos grasa. El ejercicio además de ayudarnos a bajar de peso tiene ventajas a todo nivel físico, emocional y hasta espiritual porque nos ayuda a sentirnos mejor con nosotros mismos.

- Nos da energía. Solo piensa la sensación que tienes después de hacer ejercicio.

- Ayuda a alargar, tonificar y desarrollar los músculos. En otras palabras tu cuerpo luce saludable, con curvas y joven.

- Reduce el estrés. Al hacer ejercicio estas dándole a tu cuerpo y mente la mejor terapia, al hacer ejercicio el cerebro genera hormonas que reducen el estrés y nos hacen sentir bien.

- Reduce la depresión. La próxima vez que te sientas deprimida haz ejercicio verás cómo te sientes mejor. Esto se debe a la misma razón que se explicó anteriormente en el estrés.

- Osteoporosis. Te has preguntado ¿porque las personas de edad avanzada pierden centímetros de estatura? Una de las razones más comunes es debido a la pérdida de calcio que acompaña el decremento de estrógeno durante la menopausia.

Esto es muy importante para las mujeres. La osteoporosis hace que nos volvamos más vulnerables a quebraduras de huesos. Entre más ejercicio hagamos, especialmente durante la juventud disminuimos enormemente el riesgo de esta enfermedad. Los ejercicios anaeróbicos son los mejores para disminuir este riesgo.

- Ayuda dormir mejor. Imagínate bajando el nivel de estrés y ayudándonos a sentirnos mejor es normal que promueva un sueño saludable.

- Ayuda a mantener la mente saludable. Si haces ejercicio eres más propenso a tener una mente sana y ágil.

- Nos ayuda a mantener el corazón saludable.

- Ayuda a mantener saludable el sistema digestivo.

-
- Ayuda a que nuestro cuerpo use oxígeno y los nutrientes efectivamente. Esto ayuda a tener un sistema inmunológico más saludable.
 - El ejercicio es crucial para la buena salud. Nos mantiene jóvenes, flexibles y saludables. Además nos ayuda a mantener el peso ideal lo cual también es muy importante para la salud. Si deseas preservar tu juventud por más tiempo empieza a hacer ejercicio inmediatamente y de forma constante.

Fundamentación de la justificación

Según la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2006 (ENSANUT 2006) el sobrepeso y la obesidad son los problemas más graves en la población mexicana. En total, el 70 por ciento de los mexicanos padece algún problema de peso. Siendo más específicos, la obesidad y sobrepeso afectan al 72 por ciento de las mujeres y al 67 por ciento de los hombres mayores de 30 años.

En el Estado de Quintana Roo, la situación no es muy diferente ya que según la Encuesta de Salud y Nutrición 2006 que realizó el Instituto Nacional de Salud Pública, “la prevalencia de peso excesivo en Quintana Roo fue de 75% en adultos mayores de 20 años (70.7% para hombres y 77.9% para mujeres). Al desagregar por tipo de localidad de residencia, la prevalencia en las localidades rurales fue de 75.5% y en las urbanas de 74.9%; en estas últimas no se observa diferencia importante entre sexos; sin embargo, en las comunidades rurales se observa una diferencia de 38 puntos porcentuales mayor en las mujeres en comparación con los hombres”.

“Aunado a las altas cifras de sobrepeso y obesidad, la prevalencia de circunferencia de cintura considerada como obesidad abdominal fue de 70.5% en el estado, con una marcada diferencia en relación al sexo: 66.6% hombres y 73.1% mujeres.

En ese sentido, el proyecto de un gimnasio integral consiste en ofrecer diferentes servicios enfocados en el bienestar, y en la comodidad de las personas. Desde un área de aparatos y pesos libres, salones aislados para actividades fitness y cardiovasculares; Hasta en lo que sería la innovación con un área de estancia infantil, en donde las mamás puedan dejar a sus niños

mientras realizan sus actividades. Así como una cocina light en donde encontrarán todo tipo de alimentos sanos y nutritivos bajos en grasa y altos en proteínas. Además de un área destinada a la venta de todo tipo de artículos deportivos para pesas y suplementos alimenticios, así como ropa deportiva. Y mencionar también un área de alberca.

Actualmente en la ciudad no hay algún gimnasio que ofrezca algo parecido, todo gimnasio únicamente ofrece lo que es un área de aparatos y pesos libres, y actividades aeróbicas como spinning y aerobics.

¿Cómo? Metodología (incluir en el apartado)

Se harán encuestas a las personas que asisten a gimnasios, así como a prospectos a clientes, y en los lugares donde se genera mayor actividad física. Estudios del área, para ver qué tan factible es el proyecto, los costos iniciales y el tiempo de recuperación, de acuerdo a las estadísticas y proyección de negocio.

Además que se tiene la idea que cada área será sustentable por sí misma y se desarrollara en torno al principal, que es el gimnasio.

Según Karen Weinberger (1999); en el libro “PLAN DE NEGOCIOS, herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio”. Un plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollaran para alcanzarlos.

O como menciona el profesor Ignacio de la Vega (Versión original de 24 de junio de 1991. Última revisión, 21 de enero de 2008) del instituto de empresa business school; explica que el plan de negocio es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina su viabilidad técnica, económica y financiera y desarrolla todos los procedimientos y

estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad en un proyecto de negocio concreto.

Y desprendiendo de estas se arma la propuesta de plan de negocio.

A través de este documento vamos a determinar, identificar y evaluar la viabilidad de la apertura de GYMTASTIC; un centro de acondicionamiento físico mixto, en donde se realizaran actividades anaeróbicas (pesas y aparatos) y aeróbicas como clases fitness (aerobics, spinning y zumba). Y contara con servicios adicionales como un área de ludoteca, en donde las madres puedan dejar a sus hijos. Un área de comedor. Un área de tienda de artículos deportivos, suplementos alimenticios y ropa deportiva. Así como un área de alberca.

PLAN DE NEGOCIOS

1. Definición de la empresa

1.1. Datos de la Empresa

Nombre: Gymtastic....Get Ready!

Dirección: Av. Independencia no. 357

Contacto: Gonzalo Hidalgo Prado

1.2. Antecedentes

En la dinámica social actual el tener una apariencia física “buena” toma cada vez más importancia, sin embargo, el asistir a un gimnasio y a un nutriólogo para lograrlo estos días, va más allá de la vanidad de las personas; esto es porque están más conscientes de que el ejercicio y una correcta alimentación es una forma de prevenir enfermedades.

Las abuelas solían decir que un bebé gordito era un bebé sano. Hoy en día, la ciencia ha demostrado exactamente lo contrario. Los expertos aseguran que la obesidad es una enfermedad seria y de por vida que trae muchas complicaciones a la salud física y emocional de las personas que la padecen.

A medida que el enfermo comienza a alejarse de su peso ideal, comienzan a aumentar poco a poco las complicaciones de salud. Un sobrepeso elevado aumenta las probabilidades de padecer trastornos asociados como la diabetes, enfermedades cardíacas, la hipertensión, entre otras.

Según la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2006 (ENSANUT 2006) el sobrepeso y la obesidad son los problemas más graves en la población mexicana. En total, el 70 por ciento de los mexicanos padece algún problema de peso. Siendo más específicos, la obesidad y sobrepeso afectan al 72 por ciento de las mujeres y al 67 por ciento de los hombres mayores de 30 años.

En el Estado de Quintana Roo, la situación no es muy diferente ya que según la Encuesta de Salud y Nutrición 2006 que realizó el Instituto Nacional de Salud Pública, “la prevalencia de peso excesivo en Quintana Roo fue de 75% en

adultos mayores de 20 años (70.7% para hombres y 77.9% para mujeres). Al desagregar por tipo de localidad de residencia, la prevalencia en las localidades rurales fue de 75.5% y en las urbanas de 74.9%; en estas últimas no se observa diferencia importante entre sexos; sin embargo, en las comunidades rurales se observa una diferencia de 38 puntos porcentuales mayor en las mujeres en comparación con los hombres”.

“Aunado a las altas cifras de sobrepeso y obesidad, la prevalencia de circunferencia de cintura considerada como obesidad abdominal fue de 70.5% en el estado, con una marcada diferencia en relación al sexo: 66.6% hombres y 73.1% mujeres.

Actualmente el problema de obesidad infantil es tan grave, que entre las últimas disposiciones oficiales en educación está el regular todo tipo de alimentos que se ofrecen en las escuelas públicas.

Este proyecto busca ofrecer a la gente una mejor calidad de vida, que el entorno o la idea principal del proyecto, que es hacer ejercicio, alimentarse sanamente; sea más que un propósito un estilo de vida.

Además mencionar que entre las últimas disposiciones de la Secretaria de Educación Pública, es el desarrollar un hábito alimenticio sano en los niños y jóvenes. Ya que se han tomado medidas en contra de la venta de comida chatarra en las escuelas.

1.3. Concepto del negocio

Centro de acondicionamiento físico integral en donde se considera acondicionar un espacio que sirva de ludoteca.

1.4. Servicio

Centro que presta servicios de acondicionamiento físico integral a través de programas personalizados que incluyen actividades aeróbicas, físico-constructivistas, de meditación y nutrimentales, ofreciendo el espacio idóneo para conseguirlo.

De igual manera se ofrece el servicio de ludoteca para aquellas personas que requieran de apoyo para el cuidado de sus hijos mientras realizan sus actividades en el centro.

1.5. Misión

Proveer a la población de un espacio en donde tengan acceso a los medios necesarios para alcanzar su meta de acondicionamiento físico ideal, con el soporte de personal altamente capacitado y siempre procurando satisfacer sus necesidades para alcanzar este objetivo.

1.6. Visión

Consolidarnos como una organización ejemplar por su calidad y servicio, siempre preocupados por satisfacer las necesidades de nuestro público, promoviendo el deporte y el cuidado de la salud.

1.7. Objetivos de la empresa

General

- Determinar la viabilidad y sustentabilidad económica y financiera para la implementación de GYMTASTIC como una nueva opción en gimnasios.

Específicos

- Identificar a los clientes potenciales de este tipo de servicios para implementar un servicio adecuado a sus necesidades y expectativas de los clientes.
- Establecer la viabilidad en función de los estudios de oferta y demanda.
- Ya que la idea es que el ejercicio y la buena alimentación debe ser parte de uno, debe ser un estilo de vida. Que el ejercicio y la sana alimentación no sea un propósito, que sea un hábito.
- Determinar, identificar y evaluar la viabilidad y sustentabilidad económica y financiera del negocio.
- Identificar qué tipo de servicios son los más utilizados.

1.8. Análisis FODA

Fortalezas

-
- Instalaciones confortables y espaciosas.
 - Personal Calificado para las diversas áreas.
 - Ubicación Comercial.
 - Único Gimnasio que oferta servicios adicionales como el de ludoteca y asesoría en alimentación.

Debilidades

- Falta de aparatos de especialidad.
- Falta de estacionamiento.

Oportunidades

- Existencia de nuevos aparatos a precios accesibles, que den soporte al seguimiento del peso de los clientes.
- Programas de financiamiento para la apertura de nuevos negocios.
- Crecimiento del interés de las personas en el cuidado de su salud.

Amenazas

- Competencia está remodelando instalaciones.
- Competencia está abriendo nuevos puntos.
- Programas de financiamiento que puede aprovechar la competencia.

1.9. Ventajas Comparativas

Diversidad de actividades.- El centro Gymtastic contará con actividades que otros clubs/gimnasios no cuentan, pues estos están limitados a los servicios de tonificación muscular a través de aparatos, así como actividades aeróbicas y cardiovasculares como el spinning y Pilates.

Entre las actividades que destacan en Gymtastic se encuentran: la Zumba, Yoga, Tai Chi, Aerobics acuáticos y aeroboxing.

Asesoría nutrimental.- Gymtastic no solo brinda a sus socios asesoría en acondicionamiento físico, de igual manera da a sus clientes rutinas de

alimentación para alcanzar de manera más rápida su forma física ideal, sin descompensar y poner en riesgo la salud de sus socios.

La asesoría nutrimental no se da una sola vez a los socios, se lleva un seguimiento mensual de sus tallas para hacer recomendaciones durante su proceso.

Ludoteca.- Gymtastic contará con un centro especial para los hijos de los socios, en donde los niños podrán jugar y divertirse de una manera sana y segura, bajo el cuidado de gente calificada.

De esta forma los socios podrán acudir a sus sesiones, sin que “el no tener quien cuide a los niños” sea un impedimento.

Seguimiento.- Al pertenecer a Gymtastic, el socio recibe asesoría sobre acondicionamiento físico y alimentación; se les entrega un programa personalizado de acuerdo a sus capacidades físico-biológicas y a sus intenciones de acondicionamiento, con base en esto se les realiza un seguimiento mensual de su peso y talla para conocer los avances.

1.10. Impacto en la comunidad

Podemos hablar de un impacto a la comunidad ya que gracias al servicio de ludoteca que presta el centro, el servicio de acondicionamiento físico puede llegar aquellas personas cuya limitante, para no acudir a un “gimnasio” o “hacer ejercicio en general”, era el no contar con una persona o espacio que pudiera atender a los niños pequeños mientras ellos realizaban estas actividades de acondicionamiento.

De igual forma, se busca por medio de la ludoteca, inculcar en los niños la cultura del deporte y de la buena alimentación.

2. Mercadotecnia

2.1. Servicio

Centro que presta los servicios de acondicionamiento físico integral a través de las siguientes actividades:

2.1.1 Actividades

Tonificación Muscular.- Rutinas de acondicionamiento con base en “máquinas¹” y la técnica de Pilates

Actividades aeróbicas y cardiovasculares.- Sesiones de Aerobics, Aerobics acuáticos, Salsa, Spinning, Zumba, Kickboxing, Aeroboxing.

Prácticas Orientales.- Yoga, Tai Chi, Meditación.

Actividades Acuáticas.- Alberca libre para los socios y clases de natación.

Asesoría Nutrimental.- Medición de peso y talla, programa de alimentación, control mensual de peso y talla.

2.1.2 Servicios Anexos

Ludoteca.- Se contará con una ludoteca equipada con un servicio de vigilancia de circuito cerrado, en donde los socios podrán dejar a sus hijos pequeños bajo el cuidado de personal capacitado para que ellos puedan realizar sus actividades con toda tranquilidad mientras se encuentran utilizando las instalaciones. Las edades permitidas de los niños son de 6 meses hasta 3 años.

El servicio que prestará la ludoteca va más allá de solo cuidar a los hijos pequeños de los socios. Las actividades realizadas en este espacio están dirigidas a fomentar en los pequeños la buena alimentación, la higiene y la cultura del deporte, esto con la intención que el menor aprenda jugando.

2.1.3 Diseño de ambiente.

Música.- En el área de aparatos y de “Spinning” se pondrá música, a volumen moderado para amenizar el tiempo que pasen en el centro, así como una fuente de motivación al realizar sus ejercicios.

¹ “Máquinas” se refiere al uso de pesas y otros aparatos cuyo funcionamiento requiere la aplicación de peso.

Video.- Se colocarán pantallas en las diversas áreas en donde los socios podrán ver las noticias, programas de videos y videos motivacionales para ejercitarse.

Al hacerse miembros del centro, los socios tendrán libre acceso a todos los servicios de Gymtastic sin costo adicional.

2.2. Investigación de Mercado

Con base en las estadísticas planteadas en los antecedentes del negocio, podemos observar la importancia de contar con espacios para que la población asista a cuidar su salud a través de ejercitarse adecuadamente.

Como siguiente paso es importante determinar los gustos y preferencias de la población, de la ciudad de Chetumal, Quintana Roo, en relación al servicio que prestan los gimnasios, para poder determinar de esta forma el modelo de negocio a seguir.

Como primera acción, se realizaron dos sesiones de “Mesa Redonda” con un grupo de 10 personas cada uno, empleados de la Universidad de Quintana Roo, Secretaría de Salud y Secretaría de Desarrollo Económico, cuyas edades oscilaban entre los 25 y 35 años de edad. Las preguntas guía para la discusión en la mesa redonda (**Ver Anexo A**) arrojaron los siguientes comentarios:

A pesar de que en la mayoría de instituciones en donde laboran las personas que acudieron a la sesión, y las amistades de estas, cuentan con actividades de promoción de salud, para un sector de ellos es casi imposible asistir debido a los horarios que manejan ya que la mayoría de ellos comentan tener un horario extenso o tener dos trabajos.

Las exigencias de su rutina diaria les dejan poco espacio para dedicarse a otras actividades y el poco tiempo libre que les queda prefieren dedicárselo a sus familias. El grupo opinó que sería más fácil para ellos acudir a las

actividades propuestas por sus instituciones, si estas fueran en fin de semana y familiares o si se les apoyara con espacio en donde pudieran cuidar de sus hijos mientras realizan estas actividades.

La segunda acción, para poder definir el perfil de la población y diseño del negocio en cuanto a que servicios ofrecer, fue realizar un sondeo (**Ver Anexo B**), que fue aplicado en línea. Se enviaron por correo electrónico a una base de datos de 50 personas entre empleados de la Universidad de Quintana Roo y pacientes del señor Alberto Hidalgo Rodríguez, especialista en nutrición. A estos se les solicitó su apoyo reenviando el correo a gente que conozcan que asistan al gimnasio o sepan que les gustaría asistir a uno.

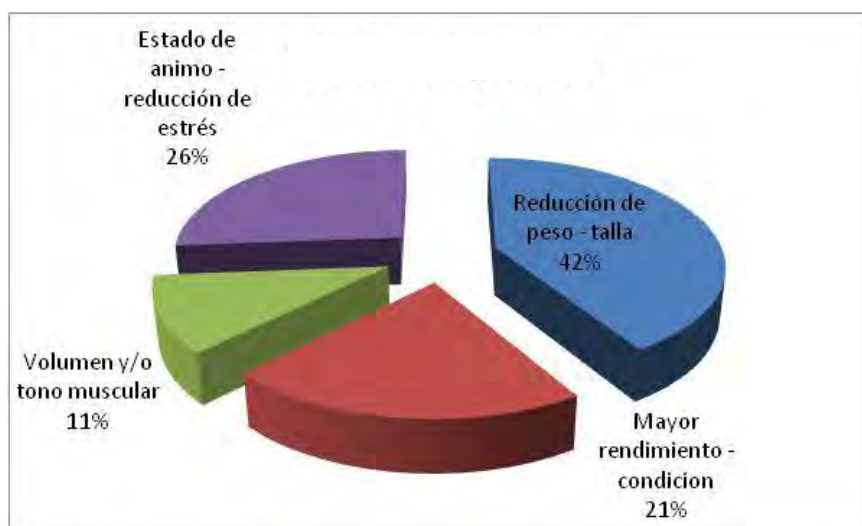
El total de participantes en el sondeo fue de 80 personas y arrojó los siguientes resultados:

- Del total de personas encuestadas el 55% fueron mujeres y 45% hombres.
- Del total de personas encuestadas 75% de ellas realizan alguna clase de ejercicio y 25% no lo realizan.
- En cuanto a los motivos del ¿por qué hacer ejercicio?, 38% de los encuestados menciona que lo hace para “estar en forma” u “adquirir una forma atlética”; el 26% menciona que para tener “buena salud”; y 15% menciona que para obtener una “figura delgada”. Estas son las razones principales por las cuales se hace ejercicio.



Gráfica 2.1

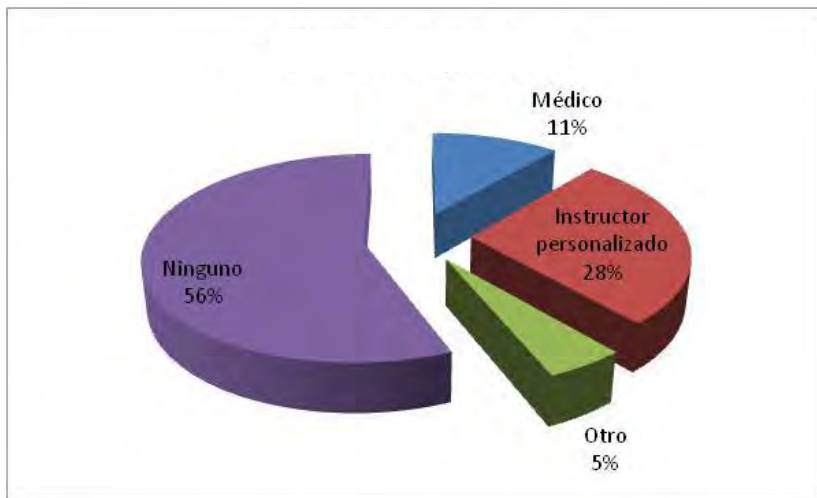
- Los resultados indican que las personas aprecian si están logrando sus objetivos, en base a las siguientes variables: reducción de talla – peso 41%; mejoría en su estado de ánimo- reducción de stress 26%; mayor rendimiento - condición física 21%; y por último el volumen o tono muscular.



Gráfica 2.2

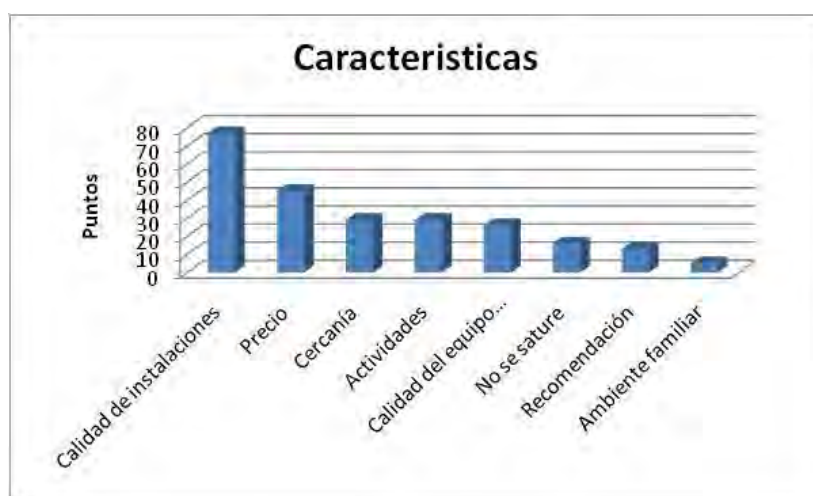
- Sobre si reciben algún tipo de asesoría al hacer ejercicio, los encuestados respondieron que el 56% no recibe algún tipo de asesoría;

28% dice recibir asistencia por parte de instructor especializado; y el 11% por parte de un médico.



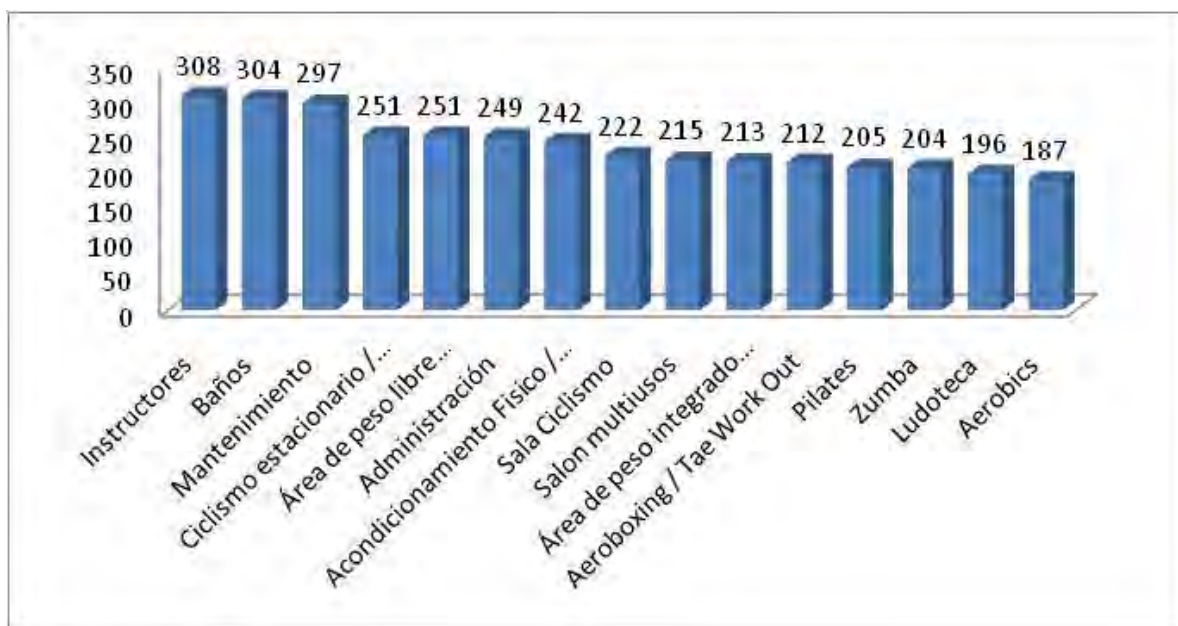
Gráfica 2.3

- En cuanto a las características que consideran importantes sobre un gimnasio los encuestados respondieron que la más importante es la “calidad de las instalaciones” con 77 puntos, seguido del “Precio” 45 puntos. Y la cercanía y las actividades iguales con 29 puntos. Y la cercanía y las actividades iguales con 29 puntos.



Gráfica 2.4

- La última parte del sondeo hace referencia a la importancia que la gente le da a ciertos servicios que prestan los gimnasios. Los servicios fueron calificados en una escala del 1 al 5, en la que 1 es la más baja y 5 la más alta, obteniendo una puntuación máxima de 400 puntos por servicio. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:



Gráfica 2.5

En esta gráfica se observa que la característica de mayor peso es la de contar con un asesor o instructor que guíe en las actividades a desarrollar.

En la última sección del sondeo se dejó un espacio de sugerencias. Este espacio fue llenado por 23 de las 80 personas sondeadas y resaltan las sugerencias de:

1. Contar con amplio espacio para diversidad de actividades.
2. Tener una ayuda en cuanto a la alimentación.

2.3. Definición del mercado

Mercado Meta	
Sexo	Hombres y Mujeres
Edad	25 - 60 años
Nivel SE	A/B, C+, C
Ingresos	\$8000 pesos promedio mensual
Intereses	Gusto por el ejercicio Interesados en alcanzar su peso ideal Desean bajar de peso

NICHOS		
A	Características	Hombres y Mujeres
		28 - 32 años
		Con hijos
		Disponen de poco tiempo para realizar varias actividades.
		No cuentan con una persona que pueda cuidar a sus hijos mientras realizan otras actividades.
B	Características	Hombres y Mujeres
		20 - 30 años
		Cuentan con un ingreso que les dificulta pagar los servicios de un gimnasio y acudir a asesoría con un nutriólogo.

2.4. Competencia

Para conocer a los principales competidores de Gymtastic se tomaron en cuenta los siguientes factores:

- Posicionamiento en el mercado
- Número de socios
- Servicios Principales

En la siguiente tabla se presentan quienes fueron sus características.

Centro	Servicios	Costo	No. Socios Promedio
<i>Row Gym</i>	<i>Gimnasio Spinning Aerobicos</i>	<i>\$450.00</i>	<i>200</i>
<i>Factory Gym</i>	<i>Gimnasio Spinning Aerobicos</i>	<i>\$450.00</i>	<i>200</i>
<i>Eagle Park</i>	<i>Spinning Aerobicos Karate</i>	<i>\$450.00</i>	<i>200</i>
<i>Hammer Gym</i>	<i>Gimnasio Spinning Aerobicos</i>	<i>\$350.00</i>	<i>150</i>
<i>F & F</i>	<i>Gimnasio Spinning Aerobicos</i>	<i>\$400.00</i>	<i>150</i>

Tabla 2.1

2.5. Precio

Precio Normal

Se presentaran dos categorías de precio:

- Público en General
- Socio A

Público en general, hace referencia a cualquier persona que desee formar parte del centro.

Se maneja un precio de **\$450.00 pesos mensuales** con todos los servicios incluidos.

Socio A, hace referencia a aquel socio que por motivos que se reserva la administración, recibe el beneficio de un precio especial en su mensualidad, que será de **\$300.00 pesos mensuales**.

SOCIO	CUOTA	BENEFICIOS
<i>PG</i>	<i>\$450.00</i>	<i>All Inclusive</i>
<i>A</i>	<i>\$300.00</i>	<i>All Inclusive</i>

Precio Especial

Esta estrategia se usará en los periodos llamados “de temporada baja”, que comprende los meses de Julio, Agosto y Diciembre, con el fin de incentivar a que realicen el pago de su cuota mensual y no dejen de usar las instalaciones.

Para la aplicación de esta estrategia, se identificara a los socios más inconsistentes en su proceso de acondicionamiento, ya que este es el que presenta mayor riesgo de abandono en la “Temporada Baja”, y se les hará llegar una notificación oficial en donde se le explica que durante un periodo de tiempo, determinado por la administración, se le ofrece la **Cuota A**.

2.6. Promoción

Se manejarán dos tipos de promoción la de “Apertura/Inauguración” y la de “Mantenimiento/Básica”.

INAUGURACIÓN

Para la inauguración de Gymtastic está programado un evento en donde se realizarán un número de actividades que serán gratuitas para los asistentes, esto con el fin de que conozcan las instalaciones y los servicios de la empresa.

Publicidad

Impresa.- Publicación en la revista Mujer Total, en media plana.

Exterior.- Espacio “espectacular” con medidas de 10 x 6 m.

Volantes.- 3000 volantes tamaño carta en papel bond con impresión a color.

La publicidad se obtendrá por medio de intercambios con las empresas encargadas de proveer el servicio.

Promoción de Ventas

Clases Gratuitas.-A las primeras 50 personas que se inscriban, durante la primera semana de funcionamiento, se les programará una serie de clases, de acuerdo a la actividad que soliciten, para que conozcan las rutinas, metodología y personal del centro; estas las podrán tomar de manera gratuita. De estar interesadas en seguir con el programa se les otorgará un **20% de descuento en la primera mensualidad.**

Medición de IMC.- A las primeras 50 personas que se inscriban, durante la primera semana de funcionamiento, se les realizará una medición de su Índice de Masa Corporal, así como medición de peso y talla, para que estén enterados de manera general sobre su estado.

MANTENIMIENTO

Publicidad

Impresa.- Publicación de en la revista Mujer Total, en media plana.

Exterior.- Espacio “espectacular” con medidas de 10 x 6 m.

e - Mail.- Se construirá una base de datos a la que se le enviara una vez al mes un correo en donde se presentarán los servicios y los horarios de las principales clases.

La publicidad se obtendrá por medio de intercambios con las empresas encargadas de proveer el servicio.

Promoción de Ventas

Descuentos en “Temporada Baja”.- Esta estrategia se usará en los periodos de “Temporada Baja”, con el fin de incentivar a que realicen el pago de su cuota mensual y no dejen de usar las instalaciones.

Para la aplicación de esta estrategia, se identificará a los socios más inconsistentes en su proceso de acondicionamiento, ya que este es el que presenta mayor riesgo de abandono en la “Temporada Baja”; se les hará llegar una notificación oficial en donde se le explica que durante un periodo de tiempo, determinado por la administración, se le ofrece la **Cuota A**.

2.7. Comercialización

Actualmente Gymtastic cuenta con un solo punto de venta, y por su categoría de servicio, se presta en el lugar y en el momento en que el cliente se encuentra en el centro, por lo que la venta es DIRECTA y sin INTERMEDIARIOS.



2.8 Imagen de la empresa.

2.8.1. Nombre.

Gymtastic.

El nombre hace referencia a la combinación de las palabras en inglés “Gym” y “Fantastic”, que en español se traducen como “Gimnasio” y “Fantástico”, respectivamente.

2.8.2. Logotipo.



3. Operaciones

3.1. Servicio

Centro de Acondicionamiento Físico Integral que combina la asignación de un plan de alimentación personalizado con rutinas de ejercicio igualmente personalizadas, garantizando al socio lograr sus objetivos de control de peso y procurando su integridad física.

Los objetivos de peso, establecidos por los asesores, son monitoreados a través de un plan de seguimiento que se le entrega al socio en su programa especializado.

El programa se divide en tres pasos:

Establecimiento de objetivos.

Al ingresar el socio se reúne con el especialista en nutrición, que se encargará de medir el IMC (Índice de Masa Corporal) del socio, establece el peso ideal, determina si existe sobre peso y realiza recomendaciones considerando la salud actual de la persona y alguna patología que padezca.

Se emite un resumen con los datos del socio y las metas de peso, a este documento se adjunta el programa de alimentación, por último se turna al área de preparación física.

En esta etapa el entrenador personal, con base en las metas de peso, diseña la rutina de ejercicios en “máquina” o aeróbicos, que el socio deberá de seguir.

Seguimiento de objetivos.

Cada mes el socio deberá acudir al área de nutrición para realizar un control de sus avances. Con base en esto el especialista modificará, de ser necesario, la alimentación y emitirá una recomendación al área de preparación física para realizar modificaciones en el programa.

Mantenimiento

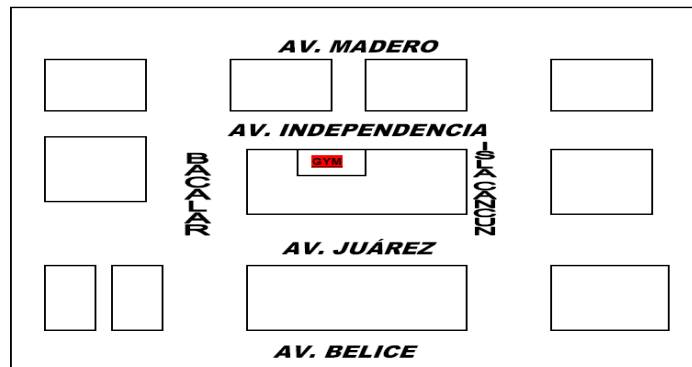
Una vez alcanzado el objetivo de peso del socio, se le entrega un programa de alimentación y ejercicio útil para mantener el peso ideal.

3.2. Localización geográfica

Gymtastic se localiza en la Av. Independencia entre las calles Bacalar e Isla Cancún, colonia David Gustavo Gutiérrez, en la ciudad de Chetumal Quintana Roo.

Se encuentra ubicado a unos metros del “**Estadio de baseball 20 de Noviembre**” y de la avenida Insurgentes, una de las principales avenidas de la ciudad de Chetumal.

Figura 3.1



3.3. Insumos y proveedores

PROVEEDOR	UBICACIÓN	BIENES
Progym	Jalisco	Maquinas y aparatos de ejercicio. Servicios y garantías
Pixel	Quintana Roo	Servicio Tecnico. Cirtcuito cerrado
MacroSign	Quintana Roo	Publicidad
Office Depot	Quintana Roo	Papeleria en general

Tabla 3.1

3.4. Instalaciones físicas

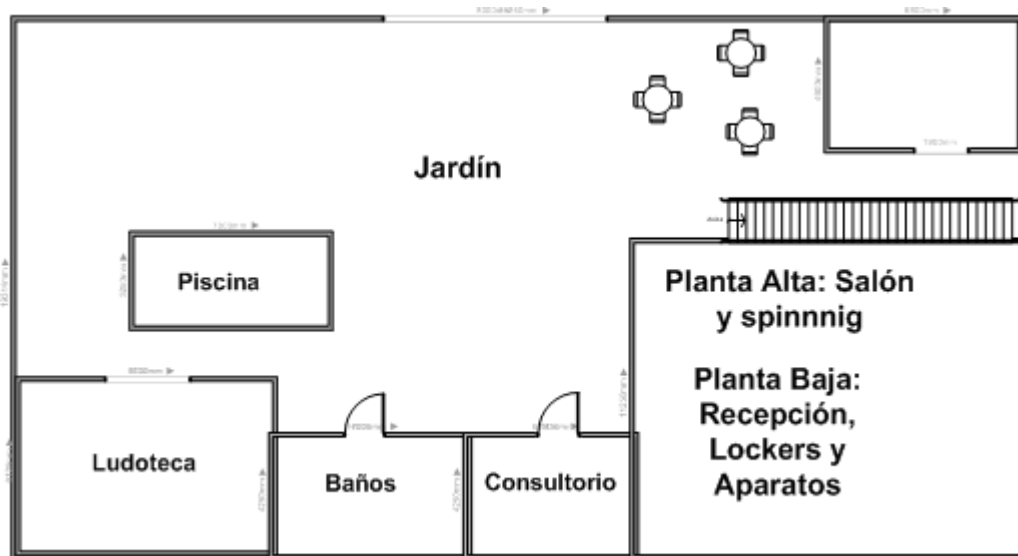


Figura 3.2

3.5. Diagrama de Proceso

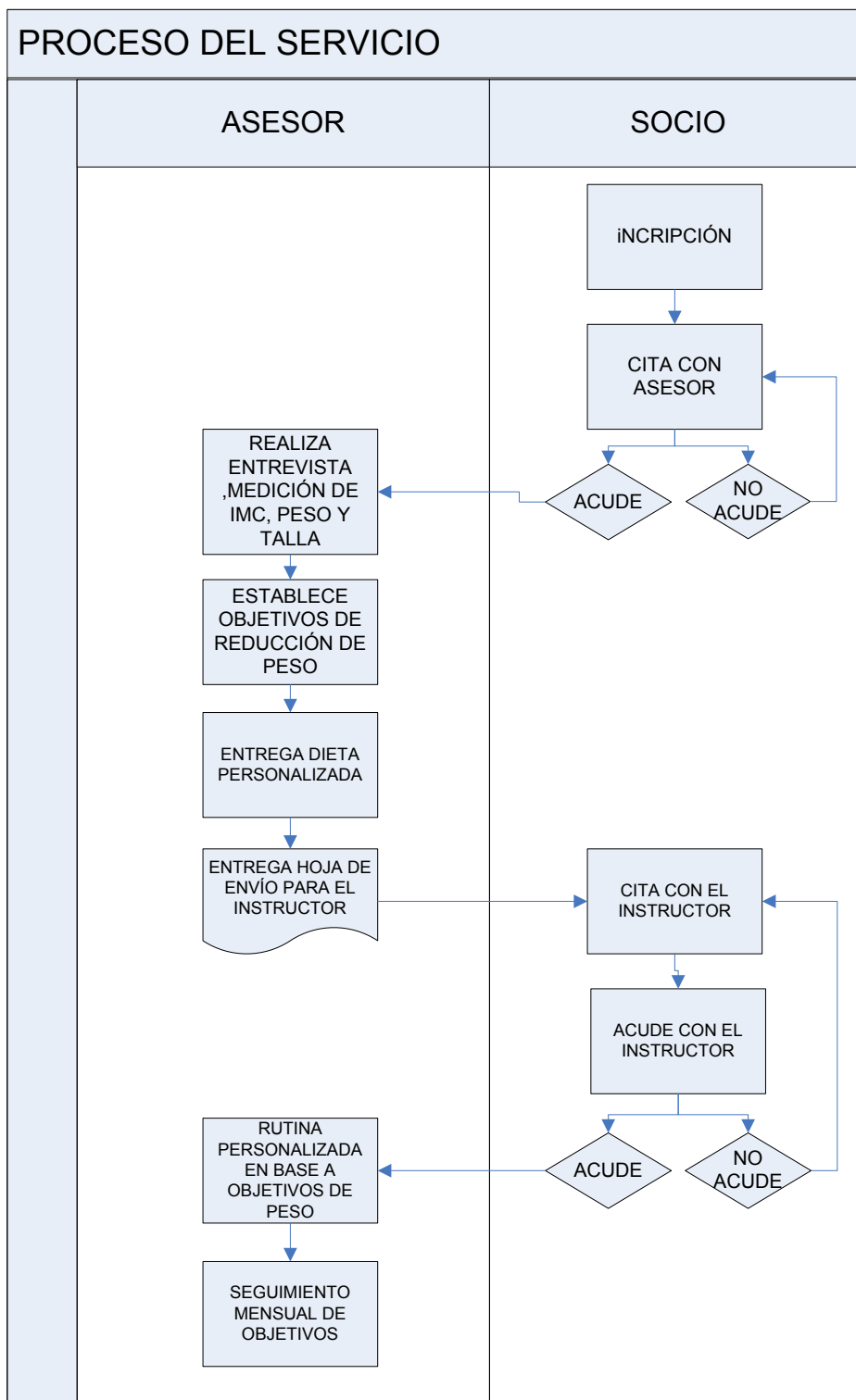


Figura 3.3

PASO	SOCIO	ASESOR
1	Hacer cita con asesor nutrimental	
2	Acudir con el asesor nutrimental en la fecha programada	
3	Acude	Realizar medicion de IMC, peso y talla
	No acude- paso 1	
4		Establecer objetivos de reducci3n de peso
5		Entregar dieta personalizada
6		Entregar hoja de envio con instructor
7	Hacer cita con instructor	
8	Acudir con el instructor en la fecha programada	
9	Acude	Rutina de ejercicios personalizada
	No acude - paso 7	
10		Segumiento mensual por parte de asesor nutrimental

Tabla 3.2

3.6. Control de calidad

Para garantizar que se consigan los resultados esperados y dar un seguimiento adecuado a las actividades de los socios y del personal de la empresa se establecen estos métodos de control:

Bitácora

Este documento digital se realizará por área y se entregara a fin de mes a la administración, para integrar una bitácora general y expedientes de los socios.

En la bitácora del área de nutrición se registra nombre del socio, fecha atención, peso actual, objetivo de peso y plan de alimentación.

En la bitácora del área de preparación física registra nombre del socio, fecha de atención, peso actual, objetivo de peso y plan de acondicionamiento.

Encuesta sorpresa

Con base a la información que se encuentra registrada en la bitácora general, se realizarán al mes sondeos de seguimiento a los socios para conocer:

- Su opinión sobre el servicio recibido
- Corroborar fechas de atención
- De no asistir a sus sesiones, razones por las cuales no pudo asistir
- Dudas generales.

3.7. Equipo de Gimnasio

EQUIPOS	
PIERNAS	PECHO/ESPALDA
ADUCTORES C/60 KG (CIERRA)	BANCO DE PECHO HORIZONTAL C/RACK
HACK SQUAT 45° 60°	BANCO DE PECHO DECLINADO C/RACK
LEG CURL C/70 KG	BANCO DE PECHO INCLINADO C/RACK
LEG CURL VERTICAL	BANCO SENCILLO
LEG EXTENSION C/90 KG	BANCO DE POSICIONES
LEG PRESS INCLINADO	POLEAS CRUZADAS 4 EST. C/120 KG
RACK DE SENTADILLAS	BARRA "T" C/APOYO AL PECHO C/90 KG ART
MAQ. SMITH	JUNGLA ESP. 4 ESTACIONES
MULTICADERA C/60 KG	PEC DECK DE POSICIONES C/90 KG
MAQ. PARA GLUTEO P	MARIPOSAS Y HOMBRO articulado
COSTURERA S/P	
BRAZO/HOMBRO	ABDOMEN
PREDICADOR (SCOTT)	SILLA ROMANA ROMANA AJUSTABLE
MAQ PREDICADOR	TAB. DE ABD. PLANA C/ESCALERILLA
PRES MILITAR DOBLE	TWISER DOBLE
PRES MILITAR C/90 KG ARTICULADO	OBLICUOS
ACCESORIOS	
BARRAS OLIMPICAS PROFESIONAL	
BARRA Z OLIMPICA CROMADA	
RACK P/10 PARES DE MANCUERNAS 2 Mt.	
PARES DE MANCUERNAS DEL 1 AL 10 KG 220 KG	
PARES DE MANCUERNAS DEL 2,4,6,8,,25,30,35,40,45,50 (514 KG)	
TONELADA DE DISCO OLIMPICO	
BARRAS ESTANDAR DEL 1 AL 10	
RACK P/10 BARRAS	

3.8. Infraestructura Tecnológica

La ludoteca Gymtastic cuenta con un equipo de vigilancia local y por Internet conformado por un DVR Cerebro para monitoreo, dos cámaras bullet con visión infrarroja, dos cámaras domo y un disco duro de 320 gb.



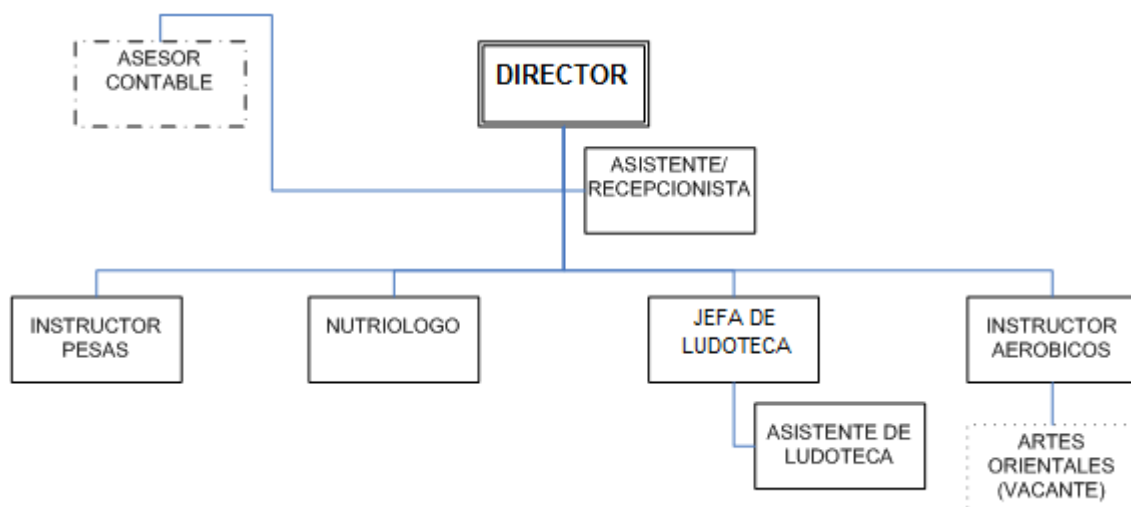
Cámara Bullet con visión infrarroja.



Cámara Domo

4. Recursos Humanos

4.1. Organigrama



4.2. Definición de puestos

DEFINICION DEL PUESTO	
Nombre del puesto	<i>Director</i>
Subordinado a	
REQUISITOS DEL PUESTO	
Edad (años)	30 - 50 años
Sexo	Indistinto
Escolaridad	Licenciatura
Estado Civil	Indistinto
Experiencia, Conocimientos y Habilidades	Experiencia en el manejo de personal, relaciones publicas y acondicionamiento fisico.
FUNCIONES DEL PUESTO	
Actividad Principal	Coordinar las actividades de ventas y relaciones publicas, supervisar la labor del area de nutrición, ludoteca y el area de acondicionamiento fisico.
Otras Actividades	Soporte en las diversas actividades de la empresa

DEFINICION DEL PUESTO	
Nombre del puesto	<i>Asistente</i>
Subordinado a	<i>Director</i>
REQUISITOS DEL PUESTO	
Edad (años)	20 - 50 años
Sexo	Indistinto
Escolaridad	Minimo Preparatoria
Estado Civil	Indistinto
Experiencia, Conocimientos y Habilidades	Experiencia en el manejo de personal, relaciones publicas, conocimiento sobre artes.
FUNCIONES DEL PUESTO	
Actividad Principal	Asistir al director en el control de la documentación y expedientes de los socios, atención y servicio al cliente, recepcionista.
Otras Actividades	Soporte en las diversas actividades de la empresa

DEFINICION DEL PUESTO	
Nombre del puesto	<i>Instructor de Cardio</i>
Subordinado a	<i>Director</i>
REQUISITOS DEL PUESTO	
Edad (años)	25 - 40 años
Sexo	Indistinto
Escolaridad	Minimo Preparatoria
Estdo Civil	Indistinto
Experiencia, Conocimientos y Habilidades	Experiencia minima de un año como entrenador personal y certificaciones en el area.
FUNCIONES DEL PUESTO	
Actividad Principal	Diseñar e impartir actividades cardiovasculares para los socios, coordinarse con el instructor de pesas para el diseño de los planes personalizados de acondicionamiento.
Otras Actividades	Soporte en las diversas actividades de la empresa

DEFINICION DEL PUESTO	
Nombre del puesto	<i>Instructor de Pesas</i>
Subordinado a	<i>Director</i>
REQUISITOS DEL PUESTO	
Edad (años)	25 - 40 años
Sexo	Indistinto
Escolaridad	Minimo Preparatoria
Estdo Civil	Indistinto
Experiencia, Conocimientos y Habilidades	Experiencia minima de un año como entrenador personal y certificaciones en el area.
FUNCIONES DEL PUESTO	
Actividad Principal	Diseñar rutinas personalizadas, llevar expediente por socio, asistir en piso a socios, supervisar el piso de maquinas y llevar control de mantenimiento.
Otras Actividades	Soporte en las diversas actividades de la empresa

DEFINICION DEL PUESTO	
Nombre del puesto	<i>Nutriologo</i>
Subordinado a	<i>Director</i>
REQUISITOS DEL PUESTO	
Edad (años)	30 - 60 años
Sexo	Indistinto
Escolaridad	Licenciatura en nutrición
Estdo Civil	Indistinto
Experiencia, Conocimientos y Habilidades	Experiencia minima de 3 años en diseño de planes alimenticios, participante en actividades deportivas.
FUNCIONES DEL PUESTO	
Actividad Principal	Evaluación de socios, diseño de planes alimenticios personalizados, llevar expedientes de socios, llevar seguimiento de las metas de peso.
Otras Actividades	Soporte en las diversas actividades de la empresa

DEFINICION DEL PUESTO	
Nombre del puesto	<i>Jefa de Ludoteca</i>
Subordinado a	<i>Director</i>
REQUISITOS DEL PUESTO	
Edad (años)	30 - 50 años
Sexo	Mujer
Escolaridad	Especialidad en Puericultura
Estdo Civil	Indistinto
Experiencia, Conocimientos y Habilidades	Experiencia minima de 3 años como jefa/encargada del area de atencion y cuidado de niños.
FUNCIONES DEL PUESTO	
Actividad Principal	Llevar el control del area de ludoteca, atencion a padres de familia, cuidado de los niños, diseño de actividades, supervisar a la asistente.
Otras Actividades	Soporte en las diversas actividades de la empresa

DEFINICION DEL PUESTO	
Nombre del puesto	<i>Asistente de Ludoteca</i>
Subordinado a	<i>Jefa de Ludoteca</i>
REQUISITOS DEL PUESTO	
Edad (años)	22 - 30
Sexo	Mujer
Escolaridad	Especialidad en Puericultura
Estdo Civil	Indistinto
Experiencia, Conocimientos y Habilidades	Experiencia minima de 1 año laborando en el area de atencion y cuidado de niños.
FUNCIONES DEL PUESTO	
Actividad Principal	Asistir a la encargada en el control de la ludoteca y en el diseño de las actividades, cuidado de los niños y atencion a los socios.
Otras Actividades	Soporte en las diversas actividades de la empresa

4.3. Equipo de líderes del proyecto

Gonzalo Hidalgo Prado

Actualmente es propietario de la empresa Alcatraz, dedicada a la comercialización de muebles rústicos. Entre sus funciones se encuentran la de administrador general y del área de inventarios.

Al mismo tiempo, el Sr. Hidalgo es asesor de servicio a clientes en el CAC Chetumal de Radiomovil DIPSA, SA de CV (Telcel).

Es egresado de la Licenciatura en Sistemas Comerciales de la Universidad de Quintana Roo y pertenece a las ligas estatales y municipales, tanto de baseball como de softball.

Julia Carolina Briceño Valdez

Actualmente se desempeña como asesor jurídico de la Oficina del Abogado General de la Universidad de Quintana Roo.

Se ha desempeñado como asesor jurídico para el DIF del municipio de Solidaridad, así como abogado resolutor y abogada conciliadora para la Procuraduría Federal del Consumidor.

Cuenta con experiencia en ballet clásico y contemporáneo por más de 5 años y es cinta amarilla en artes marciales.

Alberto Hidalgo Rodríguez

Médico cirujano con posgrados en nutrición, egresado de la Universidad Nacional Autónoma de México. Se ha dedicado a la consulta privada en nutrición por 25 años.

Es docente del Centro de Estudios en Bachillerato Técnico “Eva Sámano de López Mateos”, en el área de ciencias químico-biológicas.

Ha sido promotor de baseball infantil, representando al estado de Quintana Roo en competencias nacionales, y de softball femenino, en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.

4.4. Personal

4.4.1. Reclutamiento, selección, inducción y aspectos laborales.

Los procesos de reclutamiento, selección e inducción serán realizados por el señor Gonzalo Hidalgo Prado, director de la empresa, en quien recae la responsabilidad de la selección del personal.

Reclutamiento

Este proceso se llevará a cabo de igual forma, para el personal que trabajará de planta en la empresa así como para aquellos que trabajen por proyecto (Instructores temporales de ejercicios aeróbicos).

Se llevarán los siguientes pasos:

1. Identificar la vacante.
2. Analizar las características del puesto.
3. Realización de convocatoria.
4. Recepción de documentación.

La convocatoria será publicada en el “Diario de Quintana Roo” y “Novedades de Quintana Roo”, así como a través del Consejo Quintanarroense de la Juventud y el Deporte.

Para el caso de la convocatoria publicada en los principales diarios de la entidad, esto se dará en base a intercambios realizados con las empresas, con el fin de ahorrar en costos de publicación.

Selección

Terminado el proceso de reclutamiento, el proceso de selección de personal de la empresa es el siguiente:

1. Se recibe solicitudes.
2. Se analiza detalladamente los datos y experiencia de cada aspirante.
3. Se realiza una entrevista a las personas afines a las actividades a desempeñar con la finalidad de evaluar sus habilidades y experiencia.
4. Se realiza la contratación del personal con base al respaldo del proceso anterior.

Contratación

El personal será contratado bajo los términos de “**Contrato Temporal**” por seis meses con posibilidad de renovación con base en resultados, bajo el régimen de Honorarios Asimilables al Salario, cumpliendo con lo establecido en la Ley Federal del Trabajo en relación a dicho tema.

Inducción

El proceso de inducción se realizará al día siguiente de la contratación, teniendo una duración aproximada de: una semana, para el personal de planta; dos días, para el personal que trabajará por proyecto. En este proceso, los empleados contratados deben conocer las instalaciones así como conocer la información básica para el desempeño de sus funciones, dicha información será proporcionada por el administrador.

Tabla de sueldos

Los sueldos presentados en la siguiente tabla son de carácter neto mensual.

PUESTO	SALARIO
<i>Dueño/Director</i>	\$5,000.00
<i>Asistente</i>	\$2,500.00
<i>Instructores</i>	\$9,000.00
<i>Nutriologo</i>	\$3,000.00
<i>Jefa de ludoteca</i>	\$3,000.00
<i>Asistente de ludoteca</i>	\$3,000.00
<i>Honorarios Contador</i>	\$300.00
<i>Servicio de limpieza</i>	\$2,000.00
TOTAL	\$27,800.00

5. Contabilidad y Finanzas

5.1. Inversión

Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Empresario	PyME
ADUCTORES C/60 KG (CIERRA)	1	\$13,590.00	\$13,590.00	\$13,590.00	
HACK SQUAT 45° 60°	1	\$14,990.00	\$14,990.00	\$14,990.00	
LEG CURL C/70 KG	1	\$13,500.00	\$13,500.00	\$13,500.00	
LEG CURL VERTICAL	1	\$14,990.00	\$14,990.00	\$14,990.00	
LEG EXTENSION C/90 KG	1	\$13,990.00	\$13,990.00	\$13,990.00	
LEG PRESS INCLINADO	1	\$17,990.00	\$17,990.00	\$17,990.00	
RACK DE SENTADILLAS	1	\$6,200.00	\$6,200.00	\$6,200.00	
MAQ. SMITH	1	\$13,990.00	\$13,990.00	\$13,990.00	
MULTICADERA C/60 KG	1	\$13,990.00	\$13,990.00	\$13,990.00	
MAQ. PARA GLUTEO P	1	\$13,990.00	\$13,990.00	\$13,990.00	
COSTURERA S/P	1	\$5,500.00	\$5,500.00	\$5,500.00	
BANCO DE PECHO HORIZONTAL C/RACK	1	\$4,880.00	\$4,880.00	\$4,880.00	
BANCO DE PECHO DECLINADO C/RACK	1	\$5,500.00	\$5,500.00	\$5,500.00	
BANCO DE PECHO INCLINADO C/RACK	1	\$5,500.00	\$5,500.00	\$5,500.00	
BANCO SENCILLO	2	\$1,550.00	\$3,100.00	\$3,100.00	
BANCO DE POSICIONES	1	\$3,290.00	\$3,290.00	\$3,290.00	
POLEAS CRUZADAS 4 EST. C/120 KG	1	\$17,990.00	\$17,990.00	\$17,990.00	
BARRA "T" C/APOYO AL PECHO C/90 KG ART	1	\$16,990.00	\$16,990.00	\$16,990.00	
JUNGLA ESP. 4 ESTACIONES	1	\$35,990.00	\$35,990.00	\$35,990.00	
PEC DECK DE POSICIONES C/90 KG	1	\$15,500.00	\$15,500.00	\$15,500.00	
MARIPOSAS Y HOMBRO articulado	1	\$16,990.00	\$16,990.00	\$16,990.00	
PREDICADOR (SCOTT)	1	\$4,200.00	\$4,200.00	\$4,200.00	
MAQ PREDICADOR	1	\$13,990.00	\$13,990.00	\$13,990.00	
PRES MILITAR DOBLE	1	\$6,200.00	\$6,200.00	\$6,200.00	
PRESS MILITAR C/90 KG ARTICULADO	1	\$16,990.00	\$16,990.00	\$16,990.00	
SILLA ROMANA ROMANA AJUSTABLE	1	\$5,200.00	\$5,200.00	\$5,200.00	
TAB. DE ABD. PLANA C/ESCALERILLA	1	\$3,200.00	\$3,200.00	\$3,200.00	
TWISER DOBLE	1	\$3,200.00	\$3,200.00	\$3,200.00	
OBLICUOS	1	\$5,500.00	\$5,500.00	\$5,500.00	
BARRAS OLIMPICAS PROFESIONAL	5	\$1,950.00	\$9,750.00	\$9,750.00	
BARRA Z OLIMPICA CROMADA	1	\$1,650.00	\$1,650.00	\$1,650.00	
RACK P/10 PARES DE MANCUERNAS 2 Mt.	2	\$3,990.00	\$7,980.00	\$7,980.00	
PARES DE MANCUERNAS DEL 1 AL 10 KG 220 KG	10	\$6,180.00	\$6,180.00	\$6,180.00	
PARES DE MANCUERNAS DEL 2,4,6,8,,25,30,35,40,45,50 (514 KG)	10	\$1,176.60	\$11,766.00	\$11,766.00	
TONELADA DE DISCO OLIMPICO	1	\$19.00	\$19,000.00	\$19,000.00	
BARRAS ESTANDAR DEL 1 AL 10	10	\$789.00	\$7,890.00	\$7,890.00	
RACK P/10 BARRAS	1	\$3,100.00	\$3,100.00	\$3,100.00	
LEG CURL VERTICAL	1	\$14,990.00	\$14,990.00		\$14,990.00
BANCO DE PECHO HORIZONTAL C/RACK	1	\$4,880.00	\$4,880.00		\$4,880.00
BANCO DE PECHO DECLINADO C/RACK	1	\$5,500.00	\$5,500.00		\$5,500.00
BANCO DE POSICIONES	1	\$3,290.00	\$3,290.00		\$3,290.00
POLEAS CRUZADAS 4 EST. C/120 KG	1	\$17,990.00	\$17,990.00		\$17,990.00
BARRA "T" C/APOYO AL PECHO C/90 KG ART	1	\$16,990.00	\$16,990.00		\$16,990.00
SILLA ROMANA ROMANA AJUSTABLE	1	\$5,200.00	\$5,200.00		\$5,200.00
TAB. DE ABD. PLANA C/ESCALERILLA	1	\$3,200.00	\$3,200.00		\$3,200.00
TWISER DOBLE	1	\$3,200.00	\$3,200.00		\$3,200.00
OBLICUOS	1	\$5,500.00	\$5,500.00		\$5,500.00
SALARIOS	3 MESES	\$25,300.00	\$75,900.00		\$75,900.00
TOTAL			\$550,886.00	\$394,246.00	\$156,640.00

Tabla 5.1

5.2. Estructura del financiamiento

Fuente	Importe	%
Capita Semilla	\$156,640.00	28.43%
Empresario	\$394,246.00	71.57%
TOTAL	\$550,886.00	100.00%

5.3. Proyección de Ventas

PRESUPUESTO DE INGRESOS (UNIDADES)

VENTAS/AÑOS	AÑO 1	25.00%	AÑO 2	25.00%	AÑO 3	25.00%	AÑO 4	25.00%
PG	1128	282	1410	353	1763	441	2203	551
A	504	126	630	158	788	197	984	246
TOTAL UNIDADES ANUALES	1,632		2,040		2,550		3,188	

INGRESOS POR VENTA (\$)

CONCEPTO/AÑOS	AÑO 1	25.00%	AÑO 2	25.00%	AÑO 3	25.00%	AÑO 4	25.00%
PG	507,600.00	126,900.00	634,500.00	158,625.00	793,125.00	198,281.25	991,406.25	247,851.56
A	151,200.00	37,800.00	189,000.00	47,250.00	236,250.00	59,062.50	295,312.50	73,828.13
TOTAL	658,800.00		823,500.00		1,029,375.00		1,286,718.75	

CONCEPTO	PRECIO
PG	450.00
A	300.00

Las unidades son tomadas como pagos mensuales realizados por los socios. En el año 1 se recibirán 1632 mensualidades, lo que equivale a 136 socios por mes.

5.5. Estados financieros

5.5.1. Flujo de Efectivo

Es un estado financiero proyectado de las entradas y salidas de efectivo en un periodo determinado. Se realiza con el fin de conocer la cantidad de efectivo que requiere el negocio para operar durante un periodo determinado.

Consultar Anexo C

5.5.2. Estado de Resultados

Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa, o bien las ganancias o pérdidas.

Consultar Anexo D

5.5.3. Balance General

es el estado financiero de una empresa en un momento determinado. Para poder reflejar dicho estado el balance muestra contablemente los activos (lo que la organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (patrimonio neto)

Consultar Anexo E

5.6. Indicadores Financieros

5.6.1. Periodo de Recuperación

Se estima que el tiempo de recuperación del proyecto sea de 3 años y 4 meses.

Este payback no es considerado negativo debido a la alta inversión que requiere el proyecto, así como el giro en el que se encuentra el negocio.

5.6.2. Punto de Equilibrio

AÑOS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES	VENTAS TOTALES	PUNTO DE EQUILIBRIO (\$)	ÍNDICE DE ABSORCIÓN (%)
1	12,000.00	327,600.00	339,600.00	658,800.00	23,869.57	4
2	15,000.00	409,500.00	424,500.00	823,500.00	29,836.96	4
3	18,750.00	511,875.00	530,625.00	1,029,375.00	37,296.20	4
4	23,437.50	639,843.75	663,281.25	1,286,718.75	46,620.24	4
5	29,296.88	799,804.69	829,101.56	1,608,398.44	58,275.31	4

5.6.3. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno (TIR) es el promedio anual de los rendimientos generados por una inversión en un número específico de años desde que se realiza la inversión. La TIR es un componente del valor presente neto de una inversión y considera los flujos de efectivo netos, lo cual es una diferencia entre los ingresos y costos proyectados.

El proyecto cuenta con una **TIR positiva del 51%** sobre la inversión y los flujos de efectivo generados en un horizonte de cinco años.

AÑOS	FLUJO NETO DE EFECTIVO
0	-1,135,432.00
1	257,036.21
2	535,248.42
3	875,305.64
4	1,292,669.10
5	1,806,665.37

TIR	51%
------------	------------

5.6.4. Valor Actual Neto

El proyecto presenta un **Valor Actual Neto positivo de \$ 2, 202, 928. 87 pesos**, considerando la inversión inicial y un flujo de efectivo proyectado en un horizonte de cinco años.

AÑOS	FLUJO NETO DE EFECTIVO	FACTOR	ACTUALIZADO
0	-1,135,432.00	1.00	-1,135,432.00
1	257,036.21	0.9091	233,669.28
2	535,248.42	0.8264	442,354.07
3	875,305.64	0.7513	657,630.08
4	1,292,669.10	0.6830	882,910.39
5	1,806,665.37	0.6209	1,121,797.05
VALOR ACTUAL NETO			2,202,928.87

6. Aspectos Legales

6.1. Forma legal

Personas física con actividad empresarial. Ya que es aquella que presta sus servicios de manera dependiente o independiente o bien, desarrolla alguna actividad empresarial.

6.2. Obligaciones fiscales

- Presentar la declaración y pago provisional mensual del ISR del Régimen Intermedio para Entidades Federativas, cuando tenga establecidos o actividades en Entidades Federativas que cuenten con convenio con la Federación para efectos de dicho régimen.
- Presentar la declaración y pago provisional mensual de retención de Impuesto Sobre la Renta (ISR) por sueldos y salarios
- Presentar la declaración anual del Impuesto Sobre la Renta (ISR) donde se informe sobre los clientes y proveedores de bienes y servicios.
- Presentar la declaración anual donde se informe sobre las retenciones de los trabajadores que recibieron sueldos y salarios y trabajadores asimilados a salarios.
- Presentar la declaración anual del Impuesto Sobre la Renta (ISR) de personas físicas.
- Proporcionar la información del Impuesto al Valor Agregado (IVA) que se solicite en las declaraciones del Impuesto Sobre la Renta (ISR).
- Presentar la declaración y pago provisional mensual del Impuesto Sobre la Renta (ISR) del Régimen Intermedio.(para la Federación)
- Presentar la declaración mensual donde se informe sobre la operación con terceros para efectos del Impuesto al Valor Agregado (IVA).
- Presentar la declaración y pagó provisional mensual del Impuesto Empresarial a Tasa Única (IETU).
- Presentar la declaración y pago anual del Impuesto Empresarial a Tasa Única (IETU).
- Presentar la declaración informativa anual de subsidio para el empleo.
- Presentar declaración y pago definitivo mensual del Impuesto al Valor Agregado (IVA).

CONCLUSIONES

La realización del plan de negocios fue una guía para la creación de GYMTASTIC, cumpliéndose así el objetivo general del trabajo. Se cumplieron los objetivos específicos de investigación a lo largo del desarrollo del proyecto, que consistían en el desarrollo de un plan operativo para la empresa, la reunión de información para respaldar la creación del restaurante, la realización de un sondeo de mercado para ayudar a determinar factores de éxito para el gimnasio, conocer los aspectos más relevantes que influyen en la implementación del negocio, el análisis de la viabilidad del proyecto y proponer la organización de la empresa.

El desarrollo del plan de negocios resultó ser una herramienta de mucha utilidad para el proyecto de GYMTASTIC. La planeación ayudó a determinar las debilidades y fortalezas del proyecto, abriendo campo para futuras consideraciones, con la finalidad de que se pueda desarrollar el negocio de la forma más apropiada y eficiente posible.

El desarrollo de un plan de negocios es un tema complejo, durante el desarrollo del trabajo se pudieron definir aspectos clave para la realización del proyecto, tales como el administrativo y operativo.

Lo que se buscó principalmente con este plan de negocios fue identificar y conocer la factibilidad para la creación de este negocio.

Uno de los aspectos más importantes a considerar del plan de negocios es la calidad del servicio ya que, de acuerdo con la investigación de mercados se pudo observar que es un aspecto al que el cliente le da mucha importancia.

El documento presenta el fundamento de la empresa, considerando todas las dimensiones necesarias para establecerla y desarrollarla en algún momento. Presenta una guía para poder mantener el negocio en rumbo, en caso de que éste sea implementado.

El hecho de que el plan de negocios se encuentre bien estructurado y detallado es de gran importancia ya que, de otra forma, se corre el riesgo de que el negocio no sea exitoso.

Además de que proporciona las herramientas necesarias para evaluar todos los factores que se deben tomar en cuenta para abrir el gimnasio y para que sus operaciones sean eficientes y exitosas.

La capacitación es un tema muy importante en este plan de negocios ya que es el instrumento que permitirá que los empleados estén familiarizados con el sistema y modo de trabajo, así como con la tecnología que se va a utilizar en el gimnasio para optimizar la capacidad operativa y productiva del mismo.

Se recomienda la implementación de un manual que tome en consideración dentro de su contenido los principios y lineamientos del negocio, haciendo del conocimiento de los empleados la misión, visión y valores de la empresa, ya que de esta forma se tendrán las bases para desarrollar en ellos una lealtad hacia la organización y un modelo de trabajo funcional que beneficie, tanto al capital humano como a la empresa misma.

Se requiere que, se establezca un sistema de control interno que permita al administrador tener pleno conocimiento de los movimientos financieros del negocio.

Otra de las recomendaciones para esta propuesta de negocio es que se adopte la tecnología para gestionar las compras de insumos, permitiendo así llevar un mejor control y organización, que finalmente resultará en una optimización de recursos, y por consiguiente en la reducción de pérdidas o mermas por disfuncionalidades en el sistema de abastecimiento.

Es necesario hacer énfasis en el proceso de selección de personal. Es recomendable contar con políticas de selección muy precisas y estrictas, ya

que la misma naturaleza del negocio hace necesario contar con empleados de confianza a quienes se les pueda delegar responsabilidades y se les pueda facultar para la toma de decisiones.

A continuación se puntualizan algunas recomendaciones para el negocio, basadas en las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas:

- Buscar formar alianzas estratégicas para dar a conocer el gimnasio, de forma en que éste se beneficie y al mismo tiempo genere un buen posicionamiento.
- Aprovechar al máximo la tecnología para optimizar recursos y aumentar la capacidad operativa. Si ya se va a hacer uso de la tecnología, es importante que se saque el mayor provecho de la misma.
- Implementar estrategias de marketing para lograr un buen posicionamiento.
- Tener pleno conocimiento del mercado y de los gustos y preferencias del mercado meta, con la finalidad de cumplir siempre con sus expectativas.
- Ofrecer el mejor servicio del sector haciendo uso de la tecnología.
- Brindar la mejor calidad en los productos y servicios que se ofrecen, siempre innovando y satisfaciendo al cliente.

Todos los puntos anteriores sumados al plan de negocios lograrán que se tengan las bases para que éste, en caso de ser implementado, sea exitoso.

A lo largo del trabajo se pudo observar cuán importante es la planeación en los negocios, ya que existen aspectos que en muchas ocasiones no se tomarían en cuenta, quizás por no ser considerados de importancia, sin embargo contando con el plan de negocios estructurado, se puede ir definiendo con más detalle la actividad de la empresa, lo cual, finalmente, permitirá que ésta tenga más posibilidades de ser exitosa.

Gymtastic es un proyecto redituable. Aunque la inversión inicial es elevada, se recupera en 1.3 años.

Tomando en cuenta que el giro de gimnasios y acondicionamiento físico, así como la nutrición van en crecimiento y tienen al día gran demanda. Ya que actualmente existen varias campañas que promueven la salud a través del ejercicio y que van en contra de la obesidad y el sedentarismo.

Actualmente gente de todas las edades está retomando el ejercicio. Y es que la idea es que el hacer ejercicio no debe ser un propósito, debe ser un hábito.

ANEXOS

Anexo A

Preguntas Guía para la discusión en la Mesa Redonda “El deporte en nuestra vida diaria”.

Esta es una relación de preguntas sugeridas para realizarse en la reunión y tomar las ideas principales obtenidas en base a estos temas generales. La relación de preguntas y su orden es sugerida no limitativa.

- 1.- ¿Existen actividades de promoción de la salud y el deporte en sus dependencias?
- 3.- De no existir, ¿Qué actividades sugieren? Y ¿Por qué?
- 2.- De existir, ¿acuden a estas actividades?
- 3.- Si la respuesta es negativa, ¿Cuáles son las razones por la cuales no acuden a estas actividades?
- 4.- ¿Realizan alguna actividad relacionada con el cuidado de la salud por motivación propia fuera de las que promueven sus dependencias?
- 5.-Conclusiones

Gracias por su participación!!

Anexo B

Este cuestionario ha sido diseñado para conocer sus gustos y hábitos deportivos para poder adecuar nuestros servicios y actividades ofertadas, y con el fin de establecer un plan de mejora continua que conlleve un aumento progresivo de su satisfacción. Para ello le solicitamos que dedique un poco de su valioso tiempo para cumplimentar esta encuesta. Sus datos serán tratados con extrema confidencialidad

Nombre: Edad: Sexo: Hombre Mujer
Domicilio: Correo electrónico: Teléfono:

¿Quién te envió nuestra encuesta?

1. ¿Realizas alguna actividad física o deporte?

- Sí, ¿cuál?
- No, ¿Cuándo fue la última vez que hizo y cuál?

2. ¿Por qué motivos hace ejercicio?

- Sugerencia médica / salud
- Práctica deportiva
- Relacionarme con gente
- Bienestar
- Estar en forma
- Adelgazar

Otros:

3. Si alguna ocasión acudió a otro gimnasio y dejó de ir, ¿Cuáles fueron los motivos?

4. ¿Cuántos miembros de su familia hacen ejercicio?

5. ¿Qué días prefiere hacer ejercicio? (puedes seleccionar más de una opción)

- Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes Sábado
- Domingo Días Festivos Vacaciones

Horario:

6. ¿Cuánto dura su sesión de ejercicio?

- 1 hora
- 2 horas
- Más de 2 horas

7. ¿Cómo aprecia los avances y resultados de su rutina de ejercicio?

- Reducción de peso - talla
- Mayor rendimiento - condición
- Volumen y/o tono muscular
- Estado de ánimo - reducción de estrés

Otro:

8. ¿Recibe asesoría especializada acerca de su ejercicio?

- Si, Médico
- Si, Instructor personalizado
- Si, Otro
- No

9. ¿Qué características consideras necesarias para inscribirte a un GYM (selecciona 3)?

Calidad de instalaciones	▼	Calidad de instalaciones	▼
Calidad de instalaciones	▼	Otros:	<input type="text"/>

10. ¿Está interesado en el servicio de ludoteca?

- Si, en que horario:
- No

11. ¿Qué otros servicios le gustaría incorporar a su gimnasio?

12. Indique el grado de importancia para usted en los siguiente servicios (1. Sin importancia, 5. Muy Importante)

Actividades

<input type="text" value="1"/>	▼	Entrenador Personal
<input type="text" value="1"/>	▼	Pilates
<input type="text" value="1"/>	▼	Aeroboxing / Tae Work Out
<input type="text" value="1"/>	▼	Ciclismo estacionario / Spinning
<input type="text" value="1"/>	▼	Acondicionamiento Físico / Fitball / Liftraining
<input type="text" value="1"/>	▼	Zumba
<input type="text" value="1"/>	▼	Aerobics

Instalaciones

Área de peso libre (mancuernas, barras armables...)

Área de peso integrado (aparatos)

Salón multiusos

Sala Ciclismo

Baños

Ludoteca

Recursos Humanos

Administración

Instructores

Mantenimiento

Grado de satisfacción Servicios / Precios

Comentarios o sugerencias:

Muchas gracias!!

Anexo C

CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Inicial	-1,135,432.00					
Ingresos						
Ventas		658,800.00	257,036.21	535,248.42	875,305.64	1,292,669.10
Aportación de Socios		1,135,432.00	823,500.00	1,029,375.00	1,286,718.75	1,608,398.44
Total Ingresos		1,794,232.00	1,080,536.21	1,564,623.42	2,162,024.39	2,901,067.54
Egresos						
Activo Fijo						
CONSTRUCCIONES		591,516.00				
MAQUINARIA		515,616.00				
COSTO VARIABLE						
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS		6,000.00	7,500.00	9,375.00	11,718.75	14,648.44
TV CABLE E INTERNET (LUDOTECA)		6,000.00	7,500.00	9,375.00	11,718.75	14,648.44
COSTOS FIJOS						
LUZ		18,000.00	22,500.00	28,125.00	35,156.25	43,945.31
AGUA		6,000.00	7,500.00	9,375.00	11,718.75	14,648.44
SUELDOS		303,600.00	379,500.00	474,375.00	592,968.75	741,210.94
Impuestos						
ISR		66,657.53	89,001.53	116,931.53	151,844.03	195,484.65
PTU		23,806.26	31,786.26	41,761.26	54,230.01	69,815.95
Total Egresos		1,537,195.79	545,287.79	689,317.79	869,355.29	1,094,402.16
FLUJO DE EFECTIVO	-1,135,432.00	257,036.21	535,248.42	875,305.64	1,292,669.10	1,806,665.37
Periodo de Recuperación de Inversión		-878,395.79	-343,147.36	532,158.27	1,824,827.37	3,631,492.74

Anexo D

Estado de Resultados

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	658,800.00	823,500.00	1,029,375.00	1,286,718.75	1,608,398.44
(-) Costo de Ventas	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad bruta	658,800.00	823,500.00	1,029,375.00	1,286,718.75	1,608,398.44
Gastos de Operación					
COSTO VARIABLE	12,000.00	15,000.00	18,750.00	23,437.50	29,296.88
COSTOS FIJOS	327,600.00	409,500.00	511,875.00	639,843.75	799,804.69
Depreciación	81,137.40	81,137.40	81,137.40	81,137.40	81,137.40
Utilidad antes de impuestos	238,062.60	317,862.60	417,612.60	542,300.10	698,159.48
ISR 28%	66,657.53	89,001.53	116,931.53	151,844.03	195,484.65
PTU 10%	23,806.26	31,786.26	41,761.26	54,230.01	69,815.95
Utilidad del Ejercicio	147,598.81	197,074.81	258,919.81	336,226.06	432,858.87
RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS	22%	24%	25%	26%	27%

Anexo E

Balance General

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO					
Circulante					
Caja y Bancos	257,036.21	535,248.42	875,305.64	1,292,669.10	1,806,665.37
FIJO					
CONSTRUCCIONES					
(-) Depreciación Construcciones	591,516.00	561,940.20	532,364.40	502,788.60	473,212.80
MAQUINARIA					
(-) Depreciación Maquinaria	-29,575.80	-29,575.80	-29,575.80	-29,575.80	-29,575.80
	515,616.00	464,054.40	412,492.80	360,931.20	309,369.60
	-51,561.60	-51,561.60	-51,561.60	-51,561.60	-51,561.60
TOTAL ACTIVO	1,283,030.81	1,480,105.62	1,739,025.44	2,075,251.50	2,508,110.37
PASIVO					
CAPITAL					
Capital social	1,135,432.00	1,135,432.00	1,135,432.00	1,135,432.00	1,135,432.00
Utilidad del ejercicio	147,598.81	197,074.81	258,919.81	336,226.06	432,858.87
utilidad de ejercicios anteriores		147,598.81	344,673.62	603,593.44	939,819.50
TOTAL CAPITAL	1,283,030.81	1,480,105.62	1,739,025.44	2,075,251.50	2,508,110.37
PASIVO + CAPITAL	1,283,030.81	1,480,105.62	1,739,025.44	2,075,251.50	2,508,110.37

Libros sobre Plan de Negocios

El siguiente es un listado de libros y referencias que pueden ser de gran ayuda para la elaboración de un Plan de Negocio.

Alcaraz R. R. (2001). El emprendedor de éxito, guía de planes de negocios. Mexico: McGraw Hill.

BANGS, D. H. (1990). The Market Planning Guide: Creating a plan to successfully market your business, products or service. U.S.A.: Upstar Publishing Company.

Barrow, C. (2003). Colin. Business Plan Workbook (Business Enterprise S.). Fourth Edition: Times newspapers Ltd.

DeThomas, A. R. (2001). Writing a convincing Business Plan. Second Edition: Barron's Business Library Series.

Finch, B. (2002). Cómo Desarrollar un Plan de Negocio. Primera edición: Editorial Gedisa S.A.

Fredricks, W. (2000). Winning Business Plans. Deerfield Beach: Made E-Z.

Henricks, M. (2002). Business Plans Made Easy. Second Edition: McGraw-Hill.

Hurdle. (2004). The Book on Business Planning: Palo Alto Software, Inc.

Kleiner, E. ,Abrams, R. (2003). The Successful Plan: Secrets and Strategies. Fourth Edition: The Planning Shop.

Magos A.H. ,Crow S. (2003). Business Plans That Work for your Small Business CCH Incorporated. Second Edition: Riverwoods.

McKeever, M. (2005). How to Write A Business Plan. Seventh Edition: NOLO.

McKinsey & Company. (2003). Manual de Preparación de un Plan de Negocio. Bogotá: Ventures.

Nathan, K.B. , Magos, A.H. (2003). Incorporate! An Easy Step-By-Step Plan for Entrepreneurs. New York: McGraw-Hill.

Osteryoung, S. J. ,Denslow, D. (2002). So you need to write a Business Plan. Third Edition: South-Western Educational Publishing.

Patsula, P.J. (2002). Successful Business Planning in 30 Days. Mansfield: Patsula Media.

PROINVEST-BID. (2003). Guía para elaborar proyectos Proinvest: Cómo estructurar un plan de negocio. Bogotá: Coinvertir - BID.

Ryan, J. ,Hiduke, G. (2003). Small Business: An Entrepreneur's Business Plan. Sixth Edition: Thomas Learning Inc.

Samson, A. (2001). Write your Business Plan. First Edition: Societe-conseil Alain Samson Inc.

(2010, 09). Anatomia.De.Un.Plan.De.Negocio.-.Linda.Pinson.

BuenasTareas.com. Recuperado 09, 2010, de

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Anatomia-De-Un-Plan-De-Negocio-Linda-Pinson/779241.html>
