

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
TECNOLÓGICO PRIVADO  
JOHN VON NEUMANN**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS DE NIVEL FORMATIVO  
PROFESIONAL TÉCNICO EN  
ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**



**“FORMULACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA  
INSTALACIÓN DE UN BOX DE CROSSFIT EN LA CIUDAD DE  
TACNA, 2021”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO A NOMBRE DE LA NACIÓN DE:  
PROFESIONAL TÉCNICO EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTORES:**

**LUIS ANTONIO FARFAN MORALES  
RIVER LORENZO MANCILLA SEGURA**

**DOCENTES ASESORES:**

**DOCENTE GUIA: ERNESTO LEO ROSSI  
DOCENTE INFORMANTE: RONALD HUACCA INCACUTIPA  
DOCENTE OBSERVANTE: ALBERTO ALPONTE MONTOYA**

**TACNA – PERÚ  
2021**

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

## ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO.....	3
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	7
ÍNDICE DE TABLAS .....	8
RESUMEN EJECUTIVO .....	10
INTRODUCCIÓN .....	11
CAPÍTULO I ANTECEDENTES DEL ESTUDIO .....	12
1.1. Título del Tema.....	12
1.2. Origen del Tema .....	12
1.3. Formulación del Problema .....	12
1.4. Objetivo General.....	13
1.5. Objetivos Específicos .....	13
1.6. Metodología.....	13
1.6.1. Hipótesis base del negocio .....	13
1.6.2. Proponer el modelo de negocios.....	14
1.6.3. Determinar la viabilidad del mercado .....	14
1.6.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa .....	14
1.6.5. Determinar la Propuesta Organizacional .....	14
1.6.6. Determinar la Propuesta Legal.....	15
1.6.7. Evaluar la Propuesta Económica .....	15
1.7. Limitaciones del Estudio .....	15

CAPÍTULO II MODELO DE NEGOCIOS.....	16
2.1. La Problemática Identificada.....	16
2.2. Nuestra Hipótesis .....	16
2.3. Concepto Final.....	17
2.4. El Propósito Estratégico .....	19
2.5. La Misión .....	19
2.6. La Visión .....	20
2.7. Los Promotores .....	20
2.8. Modelo de Negocios .....	20
CAPÍTULO III DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS .....	22
3.1. Estudio de Mercado.....	22
3.1.1. Análisis del Mercado .....	22
3.1.2. Marketing Mix.....	31
3.2. Estudio Técnico .....	39
3.2.1. Especificaciones Técnicas .....	39
3.2.2. Flujo del Proceso .....	40
3.2.3. Localización del Proyecto.....	44
3.2.4. Capacidad Instalada Estimada.....	46
3.2.5. Infraestructura .....	47
3.2.6. Distribución de la Planta.....	48
3.2.7. Equipamiento .....	50

3.3. Estudio Organizacional .....	51
3.3.1. Estructura Organizacional de la empresa .....	51
3.3.2. Descripción de los puestos .....	52
3.3.3. Requerimiento e inversión de personal .....	53
3.4. Estudio Legal .....	53
3.4.1. Selección de la Persona Natural o Jurídica.....	53
3.4.2. Selección del Régimen Tributario .....	55
3.4.3. Selección del Régimen Laboral.....	56
3.4.4. Otros Tramites .....	56
3.5. Estudio Financiero .....	57
3.5.1. Inversión Inicial .....	57
3.5.2. Valor de Venta .....	58
3.5.3. Ingresos Proyectados en Unidades .....	58
3.5.4. Ingresos Proyectados en Soles.....	58
3.5.5. Costos Proyectados por Unidad.....	59
3.5.6. Costos Proyectados en Soles .....	60
3.5.7. Gastos Proyectados Administrativos.....	60
3.5.8. Gastos Proyectados de Comercialización.....	61
3.5.9. Flujo Económico.....	61
3.5.10. Análisis Económico .....	61
<b>CAPÍTULO IV DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS .....</b>	<b>62</b>

4.1. Decisión de Inversión .....	62
4.2. Recomendaciones .....	62
CONCLUSIONES.....	64
BIBLIOGRAFÍA .....	66

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Imagen Referencial de un Box de CrossFit.....	18
Ilustración 2: Imagen Referencial de un Box de CrossFit.....	19
Ilustración 3: Imagen de Canvas .....	21
Ilustración 4: Pregunta 1 - Encuesta .....	24
Ilustración 5: Pregunta 2 – Encuesta.....	24
Ilustración 6: Pregunta 3 - Encuesta .....	25
Ilustración 7: Pregunta 4 – Encuesta.....	25
Ilustración 8: Pregunta 5 – Encuesta.....	26
Ilustración 9: Pregunta 6 - Encuesta .....	27
Ilustración 10: Pregunta 7 – Encuesta.....	27
Ilustración 11: Pregunta 8 – Encuesta.....	28
Ilustración 12: Pregunta 9 - Encuesta .....	28
Ilustración 13: Pregunta 10 – Encuesta.....	29
Ilustración 14: Pregunta 11 – Encuesta.....	30
Ilustración 15: Pregunta 12 - Encuesta .....	30
Ilustración 16: Pregunta 13 – Encuesta.....	31
Ilustración 17: Flujo del Proceso .....	40
Ilustración 18: Mapa del Distrito de Tacna .....	45
Ilustración 19: Ubicación aérea futura del CrossFit.....	45
Ilustración 20: Plano del Box de CrossFit.....	49
Ilustración 21. Estructura organizacional.....	51

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Horario de Atención al Público .....	33
Tabla 2. Equipos del área de producción .....	50
Tabla 3. Equipos de Vestidores / Cuarto de Baño .....	51
Tabla 4. Equipos del área de Recepción y Descanso .....	51
Tabla 5. Requerimiento de personal .....	53
Tabla 6. Tipos de empresa.....	54
Tabla 7. Regímenes tributarios .....	55
Tabla 8. Otros trámites.....	57
Tabla 9. Inversión inicial.....	57
Tabla 10. Valor de venta de los servicios.....	58
Tabla 11. Ingresos anuales en unidades.....	58
Tabla 12. Ingresos anuales en soles.....	58
Tabla 13. Costo unitario de la matrícula.....	59
Tabla 14. Costo unitario de una sesión por semana .....	59
Tabla 15. Costo unitario de dos sesiones por semana.....	59
Tabla 16. Costo unitario de 3 sesiones por semana .....	59
Tabla 17. Costo unitario de 4 sesiones por semana .....	59
Tabla 18. Costo unitario de sesiones ilimitadas .....	60
Tabla 19. Costo del Servicio por Entrenamiento .....	60
Tabla 20. Costos anuales en soles .....	60
Tabla 21. Gastos administrativos mensuales.....	60
Tabla 22. Gastos mensuales de comercialización .....	61
Tabla 23. Flujo de caja económico.....	61
Tabla 24. Indicadores financieros .....	61

Tabla 25. Inversión en activos - área de producción .....	68
Tabla 26. Inversión en activos - área de vestidores .....	69
Tabla 27. Inversión en activos - área de recepción y administración .....	69
Tabla 28. Inversión en activos intangibles.....	69
Tabla 29. Inversión en trámites legales.....	69
Tabla 30. Ingresos en unidades durante el año 1 .....	70
Tabla 31. Ingresos en unidades durante el año 2 .....	70
Tabla 32. Ingresos en unidades durante el año 3 .....	70
Tabla 33. Ingresos en unidades durante el año 4 .....	70
Tabla 34. Ingresos en unidades durante el año 5 .....	71

## RESUMEN EJECUTIVO

De acuerdo a diferentes entidades y especialistas, el desarrollo de actividades físicas es beneficioso para la salud de las personas, porque reduce el riesgo de padecimiento de enfermedades cardiovasculares, tensión arterial alta, cáncer de colon, diabetes, además de ayudar a controlar el sobrepeso y la obesidad, fortalecer los huesos e incrementar la densidad ósea.

Debido a los beneficios observados, la tendencia actual del mercado es el desarrollo de actividades físicas que les permita mejorar su estilo de vida, por ello se realiza el presente proyecto dividido en diferentes apartados que permiten analizar la viabilidad de ejecución del proyecto, tanto de mercado, técnico, organizacional, legal y financiero.

A través del estudio de mercado se determinó que la población encuestada se muestra a favor de adquirir paquetes de entrenamiento, más aún si estos centros de entrenamiento se encuentran certificados. El estudio técnico permitió identificar los requerimientos de equipos y materiales, así como el procedimiento de atención.

Mediante el estudio organizacional, se estableció la necesidad de contar con un gerente y un instructor, cantidades que se incrementarían de forma progresiva según la demanda. A través del estudio legal se estableció la personería jurídica E.I.R.L., régimen especial de la renta y régimen laboral MYPE. Concluyendo con el estudio financiero, el cual se obtuvo un VAN de S/. 69 271 y un TIR de 24% de una inversión de S/. 165 407 y un capital de trabajo de S/. 28 231 por los tres primeros meses.

## INTRODUCCIÓN

Este proyecto, es una investigación que tiene como objetivo si es posible invertir, operar y evaluar, analizando la viabilidad Tanta económica, financiera y también un análisis del mercado.

La idea del Box de CrossFit, surge debido a que actualmente nos encontramos en época de pandemia por el Covid-19, existen lugares como gimnasios con espacios reducidos siendo insuficiente para el entrenamiento de las personas, es por ello la instalación de un Box de CrossFit con un esparcimiento grande con techo alto.

Al realizar este proyecto, se hizo un análisis de los puntos necesarios, para la creación del Box de CrossFit La Nueva Crema, proyecto dedicado a brindar a un servicio A1 y una gran experiencia en el deporte del CrossFit.

De igual forma, se busca aprovechar el mercado, para liderarlo en su totalidad hasta que exista un competidor directo, con la marca CrossFit y un monitor certificado, en vista que ese proyecto es una gran oportunidad de crecimiento económico para los invasores y para la región, tanto en la parte tecnológica y como en la infraestructura.

# CAPÍTULO I

## ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

### 1.1. Título del Tema

“Formulación de un Plan de Negocios para la Instalación de un Box de CrossFit en la Ciudad de Tacna, 2021”

### 1.2. Origen del Tema

En la actualidad existen seis CrossFit en el Perú de las cuales aún no existe alguno en la Ciudad de Tacna, esto genera una iniciativa para la instalación de un Box de CrossFit en la Ciudad de Tacna.

Un factor importante es la pandemia ya que por el virus de Covid-19, de las cuales de forma directa a causado que no hay reuniones o no podamos estar a menos de un metro de distancia, y la mayoría de gimnasios en la Ciudad de Tacna son en cuartos pequeños con máquinas de menos de medio metro de distancia entre ellas. La instalación de un CrossFit en la Ciudad de Tacna constará de un espacio amplio con techo alto de las cuales la circulación de aire no se atasque y el distanciamiento se haga presente.

Otro punto importante es sobre que un CrossFit es una disciplina que ofrece las diez habilidades fundamentales para ser una persona fitness.

### 1.3. Formulación del Problema

Hoy en día el distanciamiento social es más que común, las personas buscan lugares donde se pueda realizar ejercicios al aire libre de las cuales

utilizan óvalos y plazas para realizar ejercicios que en la mayoría son bailes y que incluyen el peso corporal.

Las diez habilidades que se necesita para obtener un cuerpo fitness no dan solo los bailes o algunos ejercicios con solo peso corporal, se necesita el equipo adecuado con el entrenador adecuado con la alimentación adecuada que llevará a una persona a ser fitness, esto genera un problema ya que en la Ciudad de Tacna no existe un campo de entrenamiento donde se desarrolle las diez habilidades fundamentales que se necesita para ser una persona fitness.

#### **1.4. Objetivo General**

Formular un plan de negocios para determinar la viabilidad técnica financiera de un Box CrossFit en la ciudad de Tacna, 2021.

#### **1.5. Objetivos Específicos**

Comprobar la hipótesis base del negocio.

Proponer el modelo de negocios.

Determinar la viabilidad del mercado.

Determinar la Propuesta Técnica Operativa.

Determinar la Propuesta Organizacional.

Determinar la Propuesta Legal.

Evaluar la Propuesta Económica.

#### **1.6. Metodología**

##### **1.6.1. Hipótesis base del negocio**

Usaremos la metodología de Design Thinking.

Según Tim Brown, actual CEO de IDEO, el Design Thinking “Es una disciplina que usa la sensibilidad y métodos de los diseñadores para hacer coincidir las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y con lo que una estrategia viable de negocios puede convertir en valor para el cliente, así como en una gran oportunidad para el mercado”.

### **1.6.2. Proponer el modelo de negocios**

Usaremos la metodología del Modelo de Canvas.

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

### **1.6.3. Determinar la viabilidad del mercado**

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

### **1.6.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa**

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

### **1.6.5. Determinar la Propuesta Organizacional**

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

### **1.6.6. Determinar la Propuesta Legal**

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

### **1.6.7. Evaluar la Propuesta Económica**

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

## **1.7. Limitaciones del Estudio**

Las limitaciones del presente estudio son:

- a) Tiempo: solo disponemos de 1.5 meses para la elaboración del Plan.
- b) Espacio: La propuesta solo abarca el mercado de Tacna.

## **CAPÍTULO II**

### **MODELO DE NEGOCIOS**

#### **2.1. La Problemática Identificada**

En la actualidad en el Perú solo existen 6 CrossFit Oficiales de las cuales, 3 se encuentran en Lima, 2 en Cuzco y 1 en Arequipa. La mayoría de centros de entrenamientos o gimnasios en Tacna dan mayor uso a las pesas y/o maquinas que se encuentran ordenadas de forma apilada y en un espacio de entrenamiento que en la mayoría de gimnasios son en cuartos con poca ventilación. El proyecto de un Box de CrossFit busca integrar una opción para la población tacneña donde puedan desarrollar las diez habilidades fundamentales que se necesita para un tener un cuerpo fitness.

#### **2.2. Nuestra Hipótesis**

a) ¿Qué funcionó?

Por lo general las personas encuestadas está de acuerdo con la idea de negocio, le parece innovadora y necesaria dentro de la ciudad, donde ellos acudirían al box en un promedio de 2-3 veces a la semana prefiriendo esta alternativa por sobre otros locales similares.

Además, se generó una idea del promedio de pago que estarían dispuestos a pagar, según los encuestados pagarían por mes entre s/.100.00 y s/. 250.00.

b) ¿Qué preguntas surgieron?

La principal pregunta que surgió entre los integrantes de esta idea es el horario de atención, ya que se observó que la gran mayoría de los posibles

clientes asistirían al CrossFit en el turno noche, algunos en el turno de la mañana y muy pocos en el turno de la tarde.

c) Ideas nuevas

Si bien es cierto muchas personas están de acuerdo con la instalación de un Box de CrossFit, hay muchas personas que les gustaría que incluyamos un cuarto de sauna para el uso una vez ya finalizado la sesión de entrenamiento.

d) Hipótesis final

Se afirma que, tras entrevistar a un grupo de personas, la idea de la instalación de un Box de CrossFit en la Ciudad de Tacna sería para la población tacneña novedoso y especial por el hecho de que en este box el entrenador es certificado por CrossFit Inc.

### **2.3. Concepto Final**

a) Nombre

Crossfit La Nueva Crema.

b) ¿Qué es?

Es una disciplina de entrenamiento funcional donde se desarrolla las diez habilidades fundamentales para obtener un cuerpo fitness.

c) ¿Cómo funciona?

Dependiendo de la habilidad que desea mejorar, el entrenador le dará rutinas especiales que realizará para mejorar esa habilidad que tanto anhela, sumado a ello el entrenador le brindará un plan alimenticio nutricional.

d) ¿Por qué es especial?

Es especial por el hecho de que es un CrossFit oficial con un entrenador certificado por CrossFit Inc., se da como dato que en el Perú actualmente solo existen seis CrossFit oficiales.

Las diez habilidades que se desarrollan con la disciplina de CrossFit son las siguientes:

- Acondicionamiento Cardiovascular y Respiratorio
- Resistencia
- Fuerza
- Flexibilidad
- Potencia
- Velocidad
- Coordinación
- Agilidad
- Equilibrio
- Precisión

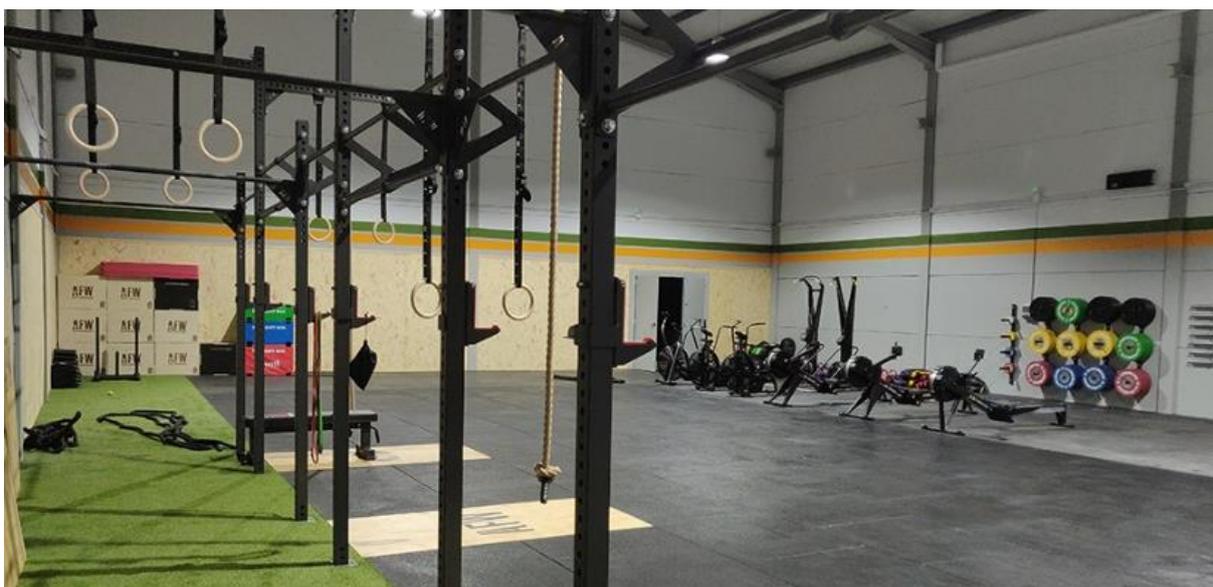


Ilustración 1: Imagen Referencial de un Box de CrossFit  
Fuente: Google Imágenes



Ilustración 2: Imagen Referencial de un Box de CrossFit  
Fuente: Google Imágenes

## 2.4. El Propósito Estratégico

CrossFit La nueva crema es un centro de entrenamiento que te ofrece como ya mencionado antes las diez habilidades fundamentales para tener el cuerpo fitness, esta disciplina es apto para los niños, jóvenes y adultos.

En cuanto a los beneficios principales tenemos los siguientes:

- Reduce el nivel de grasa
- Ayuda a implementar la resistencia
- Aumenta la musculatura
- No es rutinario
- Obtienes resultados en poco tiempo
- Estiliza la figura
- Es la puerta a otro tipo de ejercicios

## 2.5. La Misión

En CrossFit La Nueva Crema, nuestra misión es que nuestros suscriptores progresen de forma continua y evolutiva en su acondicionamiento

físico, dotándoles de una base física que les permitirá afrontar cualquier reto. Mejorar y optimizar el potencial físico humano a límites altos que el cuerpo humano y la mente son capaces de llegar.

## **2.6. La Visión**

Nuestra estrategia es tener un centro de entrenamiento con áreas especializadas a nivel nacional con constantes mejoras para el bienestar de todos los deportistas que depositan su confianza en nosotros.

## **2.7. Los Promotores**

La idea surgió de ambas partes llegando a un acuerdo para instalar un Box de CrossFit de las cuales al comienzo no teníamos el conocimiento necesario sobre esta disciplina, con el pasar de los días y nutriéndonos más sobre este tema, llegamos a la conclusión que en la Ciudad de Tacna no existe un Box de CrossFit donde se pueda practicar las diez habilidades fundamentales que se necesita para tener un cuerpo Fitness. Nos dimos cuenta a la vez que esta disciplina es practicada por policías, militares y bomberos, esto genero más iniciativa en nosotros.

De la siguiente manera se asignó el rol de cada integrante del proyecto:

- Luis Farfán: encargado administrativo del Box
- River Mancilla: entrenador del Box (previa certificación internacional por parte de CrossFit Inc.)

## **2.8. Modelo de Negocios**

<p><b>ASOCIACIONES CLAVE</b> </p> <p>Nuevo Nivel Fitness CrossFit – Arequipa.</p> <p>CrossFit Cusco – Cusco.</p> <p>CrossFit Akapana – Cusco.</p> <p>Altair CrossFit – Lima.</p> <p>CrossFit Perú – Lima.</p> <p>PUL CrossFit - Lima</p>	<p><b>ACTIVIDADES CLAVE</b> </p> <p>Elaboración del Proyecto: CrossFit La Nueva Crema.</p> <p>Instalación de los accesorios y jaula CrossFit.</p> <p>Inauguración del Box de CrossFit La Nueva Crema.</p> <p>Publicidad y promociones.</p> <p><b>RECURSOS CLAVE</b> </p> <p>Equipos nuevos e importados.</p> <p>Local acondicionado para dar el servicio apropiado.</p> <p>Base de datos de los clientes.</p>	<p><b>PROPUESTA DE VALOR</b> </p> <p>Gracias al Box de CrossFit podrás desarrollar las 10 habilidades fundamentales para ser una persona Fitness.</p> <p>8 Rutinas Diarias (cada sesión de entrenamiento dura 1 hora).</p> <p>Contar con un entrenador certificado nivel 1 por CrossFit Inc.</p> <p>El box de CrossFit contiene áreas como la zona de entrenamiento, zona de descanso y zona de vestidores con cuartos de baño y ducha.</p>	<p><b>RELACIONES CON CLIENTES</b> </p> <p>Se trabajará en base a respeto, empatía y responsabilidad.</p> <p>Grupo de WhatsApp donde se compartirá planes alimenticios y rutinas diarias.</p> <p><b>CANALES</b> </p> <p>El Box de CrossFit estará ubicado a media cuadra del ovalo Tarapacá.</p> <p>Para da a conocer el CrossFit se utilizará las redes sociales como Facebook, Instagram, página web y WhatsApp.</p>	<p><b>SEGMENTOS DE MERCADO</b> </p> <p>Personas que asistan a gimnasios o centros de entrenamiento.</p> <p>Personas que realicen ejercicios en óvalos, plazas y parques.</p> <p>Personas que practiquen deportes como futbol, vóley, básquet, tenis, atletismo y demás.</p> <p>Miembros de la Policía Nacional, Bomberos y Militares.</p> <p>Personas que corran en maratones o por bienestar practiquen la disciplina del running.</p>
<p><b>ESTRUCTURA DE COSTES</b> </p> <p>Inversión (piso especial para la zona de entrenamiento, accesorios y jaula CrossFit)</p> <p>Costos Fijos (Mantenimiento de los accesorios, membresía anual por la firma CrossFit)</p> <p>Costos Variables (servicios básicos, internet y publicidad)</p>		<p><b>FUENTES DE INGRESOS</b> </p> <p>Suscripciones mensuales, trimestrales, semestrales y anuales.</p>		

Ilustración 3: Imagen de Canvas  
Fuente: Elaboración Propia

## **CAPÍTULO III**

### **DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS**

#### **3.1. Estudio de Mercado**

##### **3.1.1. Análisis del Mercado**

Nuestro mercado de destino son las personas que asisten a gimnasios o centro de entrenamiento o realicen ejercicios en plazas, óvalos y canchas de futbol o vóley.

##### **3.1.1.1. Segmento del Mercado**

Las características de los clientes son las personas que quieran elevar su autoestima, que quieran tener un cuerpo fitness, personas que quieran salvaguardar el medio ambiente (mediante una alimentación 50 % vegetariana) y madres que deseen recuperar su figura después de su embarazo.

##### **3.1.1.2. Futuro del Mercado**

Gracias a la pandemia el realizar algún deporte y/o ejercicio se ha vuelto una actividad más frecuentada, las personas asisten a plazas, óvalos y centros de entrenamiento para de alguna manera estar bien físicamente y mentalmente.

El deporte en el Perú ha ido creciendo de manera significativa en los últimos años, tanto es así que el 2019, Lima fue sede de los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos, lo que aumento el

interés de las personas, en especial niños y jóvenes en desarrollar actividades deportivas.

### 3.1.1.3. Resultados de las encuestas

Población Tacna - Tacna:

Población total: 346 600 habitante, datos según el CPI (Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública 2021)

Tamaño de la muestra conociendo a la población, donde:

N: tamaño de la población = 346 600

Z: nivel de confianza = 95% (1.96)

p: probabilidad de éxito = 50%

q: probabilidad de fracaso = 50%

d: precisión (error máximo aceptable) = 10%

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

n = 96

Con esta información, se requerirá encuestar a no menos de 96 personas para poder tener una seguridad del 95%.

**Análisis de los resultados en base a las encuestas:**

### Pregunta 1: ¿Cuál es tu género?

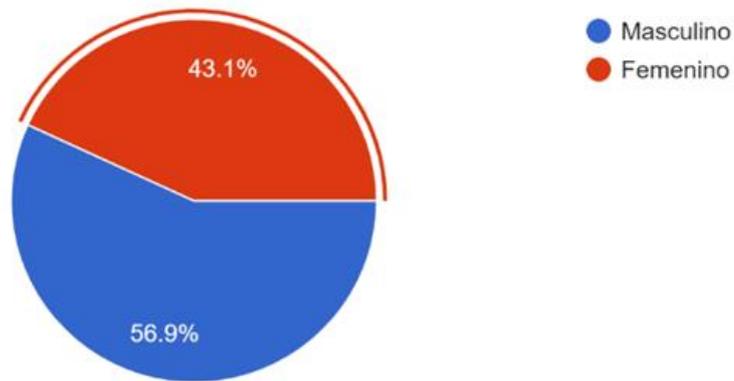


Ilustración 4: Pregunta 1 - Encuesta  
Fuente: Google Forms

Se puede observar en la tabla que el 56.9% son hombres y el 43.1% son mujeres.

### Pregunta 2: ¿Cuántos años tienes?

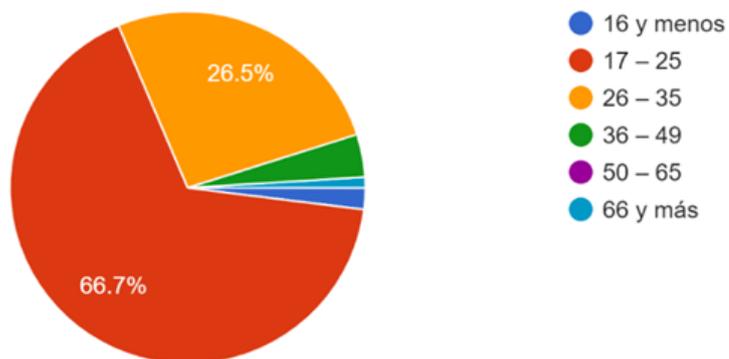


Ilustración 5: Pregunta 2 – Encuesta  
Fuente: Google Forms

Se puede observar en la tabla que el 66.7% tienen entre 17 y 25 años y el 26.5% tienen entre 26 y 35 años.

### Pregunta 3: ¿Cuál es tu ingreso personal mensual?

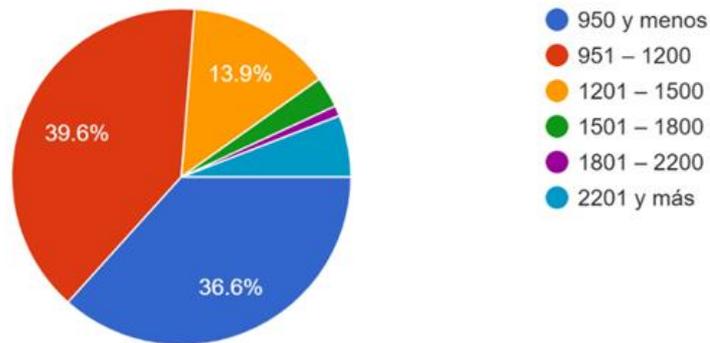


Ilustración 6: Pregunta 3 - Encuesta  
Fuente: Google Forms

Se puede observar en el gráfico que el 39.6% ganan entre 951 a 1200 soles, 36.6% ganan 950 y menos soles y el 13.9% ganan entre 1201 a 1500 soles.

### Pregunta 4: ¿Cómo es tu salud en forma general?

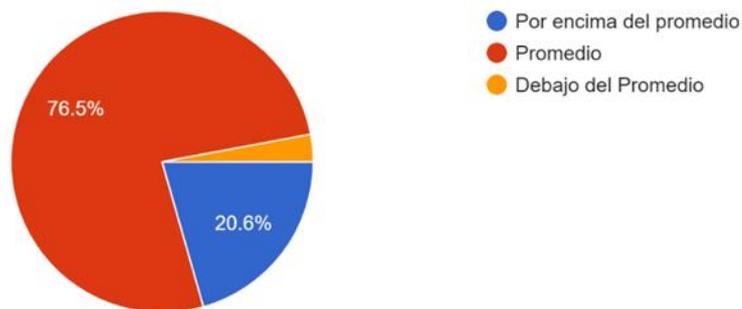


Ilustración 7: Pregunta 4 – Encuesta  
Fuente: Google Forms

Se puede observar en el gráfico que el 76.5% tienen su salud como el promedio y el 20.6% tienen su salud por encima del promedio.

**Pregunta 5: ¿Vas al gimnasio o centro de entrenamiento?**

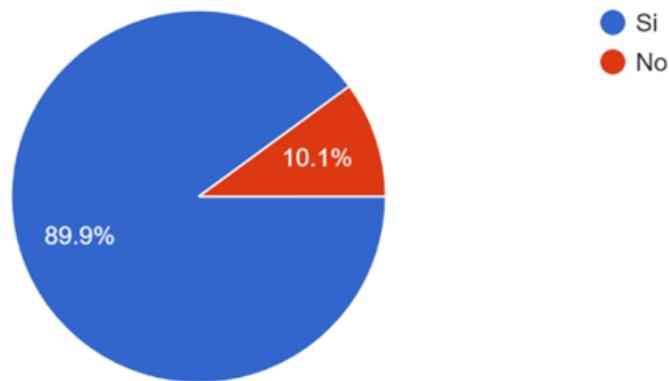
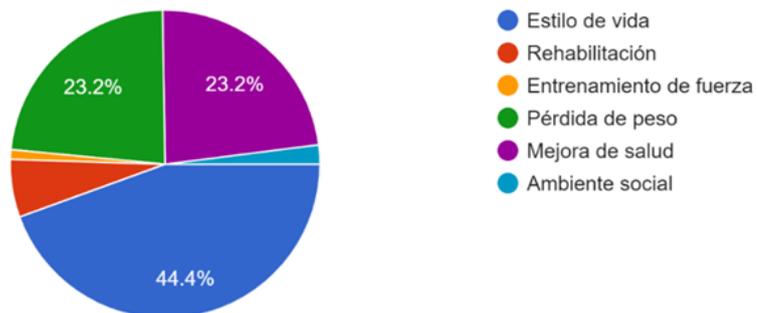


Ilustración 8: Pregunta 5 – Encuesta  
Fuente: Google Forms

Se puede observar en el grafico que el 89.9% asisten a un centro de entrenamiento y el 10.1% no asisten a centros de entrenamiento.

**Pregunta 6: ¿Por qué vas al gimnasio o centro de**



**entrenamiento?**

Ilustración 9: Pregunta 6 - Encuesta  
Fuente: Google Forms

Se puede observar en el grafico que el 44.4% asisten a un centro de entrenamiento por el ambiente social, el 23.2% para la pérdida de peso y el otro 23.2% para el mejoramiento de la salud.

**Pregunta 7: ¿Con qué frecuencia vas al gimnasio o centro de entrenamiento?**

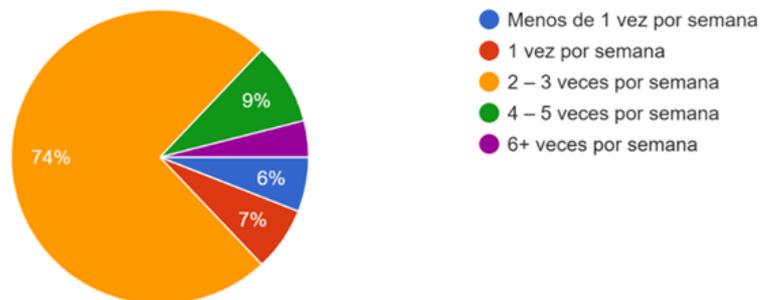


Ilustración 10: Pregunta 7 – Encuesta  
Fuente: Google Forms

Se puede observar en el grafico que el 74% asisten a un centro de entrenamiento cada 2 – 3 veces por semana.

**Pregunta 8: ¿A qué hora prefieres asistir al gimnasio o centro de entrenamiento?**

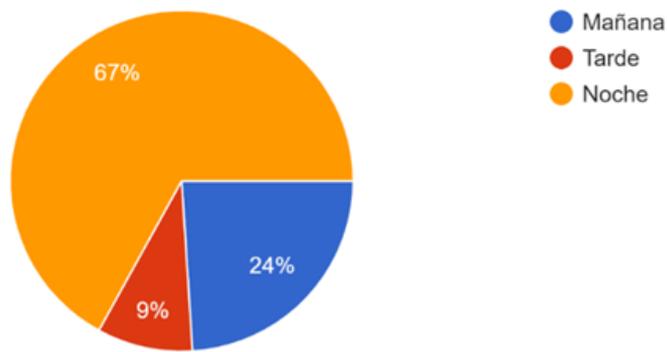


Ilustración 11: Pregunta 8 – Encuesta  
Fuente: Google Forms

Se puede observar en el gráfico que el 67% asisten a un gimnasio en el turno noche, el 24% en el turno de la mañana y el otro 9% en el turno de la tarde.

**Pregunta 9: ¿Qué plan de nutrición te interesaría más?**

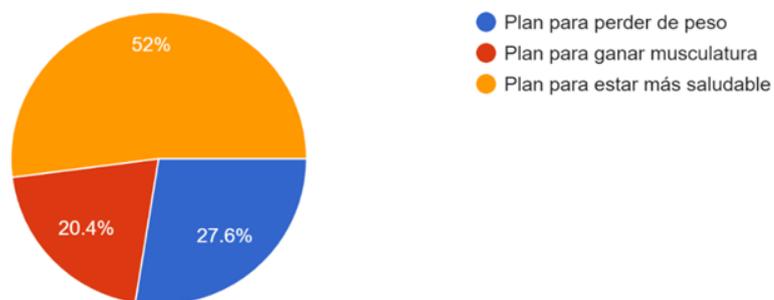


Ilustración 12: Pregunta 9 - Encuesta  
Fuente: Google Forms

Se puede observar en el gráfico que el 52% de las personas les interesaría un plan de nutrición para estar más saludable, el 27.6% un plan de nutrición para perder peso y el 20.4% para ganar masa muscular.

**Pregunta 10: ¿Has escuchado sobre un Box de CrossFit?**

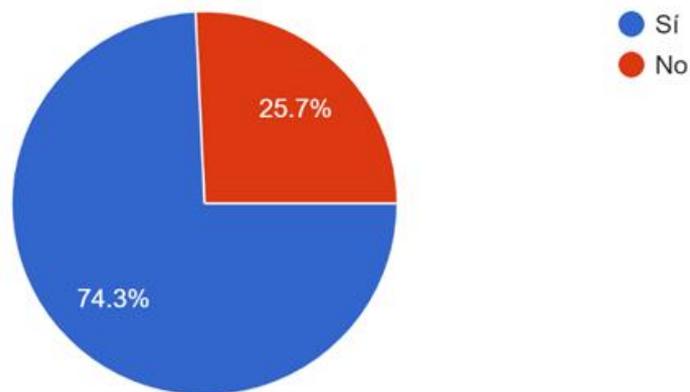


Ilustración 13: Pregunta 10 – Encuesta  
Fuente: Google Forms

Se puede observar en el grafico que el 74.3% de las personas encuestadas han escuchado sobre un Box de CrossFit y el 25.7% no han escuchado sobre esta disciplina.

**Pregunta 11: Habiendo visto un poco de lo que es un Box de CrossFit. ¿Te gustaría entrenar en un Box de CrossFit con un entrenador certificado por CrossFit Inc.? Donde podrás desarrollar las 10 habilidades fundamentales para tener un cuerpo Fitness (Acondicionamiento cardiovascular y respiratorio, resistencia, fuerza, flexibilidad, potencia, velocidad, coordinación, agilidad, equilibrio y precisión)**

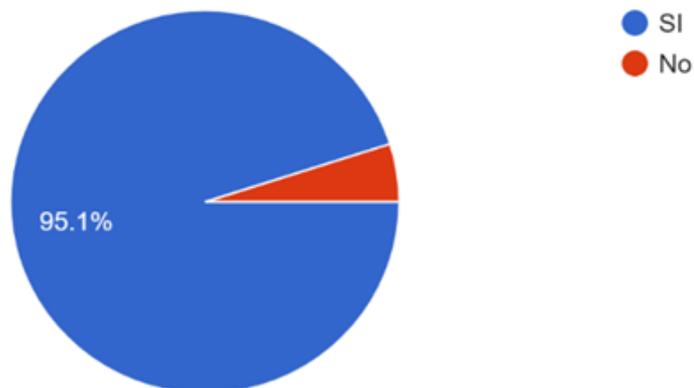


Ilustración 14: Pregunta 11 – Encuesta  
Fuente: Google Forms

Se puede observar que el 95.1% les gustaría entrenar en un Box de CrossFit.

**Pregunta 12: Si existiera un Box de CrossFit en Tacna, teniendo en cuenta que en el Perú actualmente solo existen 6 CrossFit Oficiales. ¿Cuál sería su respuesta?**

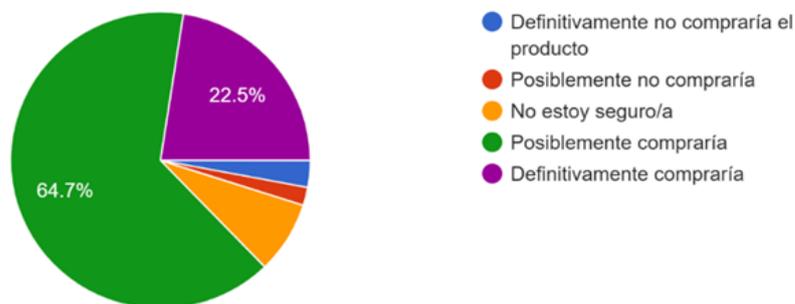


Ilustración 15: Pregunta 12 - Encuesta  
Fuente: Google Forms

Se puede observar en el grafico que el 64.7% posiblemente compraría el servicio de entrenamiento y un 22.5% definitivamente compraría el servicio de entrenamiento.

**Pregunta 13: ¿Cuánto estarías dispuesto/a pagar por pertenecer a la familia CrossFit (reconocidos internacionalmente) con sesiones personalizadas según la habilidad que desee mejorar incluyendo planes alimenticios nutricionales?**

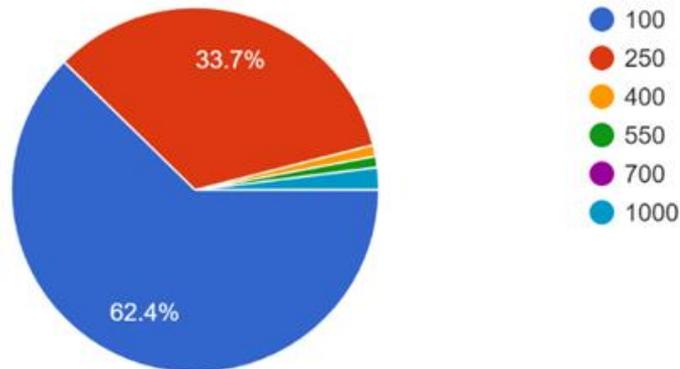


Ilustración 16: Pregunta 13 – Encuesta  
Fuente: Google Forms

Se puede observar en el gráfico que el 62.4% pagarían 100 soles y el 33.7% pagaría 250 soles por pertenecer a la familia CrossFit.

### 3.1.2. Marketing Mix

En este apartado se define el marketing mix en base a las decisiones de la variable comercial sobre un producto o servicio, para que permitan lograr los objetivos comerciales. Estas variables comerciales están conformadas por el producto o servicio, el precio, la comunicación y la distribución que a la vez están asociadas a las 4P (producto, precio, promoción y plaza).

Estas variables controladas por la empresa se dividen entre variables estratégicas (producto o servicio y distribución) y variables tácticas (comunicación y precio). Pasaremos analizar cada una de ellas.

### **3.1.2.1. Producto**

La actividad principal de la empresa es dar el servicio a los clientes de las clases de CrossFit, basado en un entrenamiento de acondicionamiento y fuerza específico en ejercicios funcionales y variados practicados a una alta intensidad.

El objetivo de esta disciplina es el desarrollo de capacidades físicas como la fuerza, la resistencia, la potencia a bases de movimientos de gimnasia, calistenia o halterofilia (entre más disciplinas). Las sesiones son controladas mediante el tiempo, el número de repeticiones y el peso utilizado.

Mayor competitividad. El trabajo en equipo con la motivación y los resultados medibles a través de las repeticiones, la cantidad de peso cargado y la intensidad promueve a una mayor competitividad. El CrossFit contará con pizarras donde estará anotada los récords mensuales de los clientes con el fin de promover el afán de superación por parte de ellos.

No solo mejorar el estado físico de las personas, sino que también influye en mejorar día a día la calidad de vida y el bienestar personal de cada cliente.

Sentimiento de comunidad. El CrossFit te ayudara a mejorar tu sistema social, donde podrás conocer día a día a los compañeros y forjando cada día más el sentimiento de comunidad.

Obtención de resultados en menos tiempo. Cabe destacar que no se trabaja como en el gimnasio, músculos focalizados por día o sesiones, aquí se trabaja todo el cuerpo de manera equilibrada en

todos los entrenamientos, de manera que los resultados de mejorar físicos son medibles en un corto plazo de tiempo.

Las clases de CrossFit tendrá la duración de una hora, se darán ocho horas diarias de lunes a sábado, serán entrenados por un entrenador de nivel uno certificado por la marca ofreciendo un servicio de alta calidad.

Además de las sesiones de CrossFit el centro ofrecerá el servicio libre (Open Box) del uso de sus accesorios en las horas que no se impartan clases de CrossFit dentro del horario de apertura especificado en la tabla a continuación.

Tabla 1: Horario de Atención al Público

<b>Hora</b>	<b>Lunes</b>	<b>Martes</b>	<b>Miércoles</b>	<b>Jueves</b>	<b>Viernes</b>	<b>Sábado</b>
<b>05:00</b>	OpenBox	OpenBox	OpenBox	OpenBox	OpenBox	OpenBox
<b>06:00</b>	OpenBox	OpenBox	OpenBox	OpenBox	OpenBox	OpenBox
<b>07:00</b>	CrossFit	OpenBox	CrossFit	OpenBox	CrossFit	OpenBox
<b>08:00</b>	CrossFit	OpenBox	CrossFit	OpenBox	CrossFit	OpenBox
<b>09:00</b>	CrossFit	OpenBox	CrossFit	OpenBox	CrossFit	OpenBox
<b>10:00</b>	CrossFit	CrossFit	CrossFit	CrossFit	CrossFit	CrossFit
<b>11:00</b>	OpenBox	CrossFit	OpenBox	CrossFit	OpenBox	CrossFit
<b>12:00</b>	OpenBox	CrossFit	OpenBox	CrossFit	OpenBox	CrossFit
<b>13:00</b>	OpenBox	CrossFit	OpenBox	CrossFit	OpenBox	CrossFit
<b>14:00</b>	OpenBox	OpenBox	OpenBox	OpenBox	OpenBox	OpenBox
<b>15:00</b>	OpenBox	CrossFit	OpenBox	CrossFit	OpenBox	CrossFit
<b>16:00</b>	OpenBox	CrossFit	OpenBox	CrossFit	OpenBox	CrossFit
<b>17:00</b>	OpenBox	CrossFit	OpenBox	CrossFit	OpenBox	CrossFit
<b>18:00</b>	CrossFit	CrossFit	CrossFit	CrossFit	CrossFit	CrossFit
<b>19:00</b>	CrossFit	OpenBox	CrossFit	OpenBox	CrossFit	OpenBox
<b>20:00</b>	CrossFit	OpenBox	CrossFit	OpenBox	CrossFit	OpenBox
<b>21:00</b>	CrossFit	OpenBox	CrossFit	OpenBox	CrossFit	OpenBox
<b>22:00</b>	OpenBox	OpenBox	OpenBox	OpenBox	OpenBox	OpenBox
<b>23:00</b>	OpenBox	OpenBox	OpenBox	OpenBox	OpenBox	OpenBox

Fuente: Elaboración Propia

A largo plazo, no se descarta añadir otros servicios como halterofilia, calistenia o CrossFit Kids para los más pequeños, pero a corto plazo la empresa se especializará en las sesiones únicamente de CrossFit.

### **3.1.2.2. Precio**

El precio es la variable comercial con más influencia de la empresa el cual tiene un rol muy importante que es la decisión del consumidor de adquirir los servicios de la empresa.

CrossFit La Nueva Crema será una empresa nueva en el mercado que tendrá como principal objetivo la captación de clientes. Por ello, la penetración en el mercado será a través de los precios atractivos, descuentos, promociones, entre otros. Para determinar los precios en toda empresa se tienen en cuenta los siguientes factores:

- Costes de la empresa.
- La competencia.
- La demanda por parte de los clientes.

Debido a la escasa competencia de centros CrossFit afiliados alrededor (dentro de Tacna ninguno), se podría optar por la fijación de precios a un nivel superior que la competencia, pero finalmente se optará por mantener los precios, es decir, se establecerán los precios de las tarifas en torno a la media de la competencia.

La media de las principales tarifas de la competencia (CrossFit en el Perú) es:

- 1 sesiones por semana: S/. 150.00/mes
- 2 sesiones por semana: S/. 300.00/mes
- 3 sesiones por semana: S/. 400.00/mes
- 6 sesiones por semana: S/. 500.00/mes
- sesiones ilimitadas: S/. 600.00/mes
- matrícula: S/70.00

Los datos arriba citados son en torno a los precios medios de las principales tarifas de los 6 centros CrossFit afiliados en el Perú.

La media de las principales tarifas de la competencia (Gimnasios en Tacna) es:

- 1 mes: S/. 80.00
- 2 mes: S/. 140.00
- 3 meses: S/. 200.00
- Anual: S/. 650.00

Los datos arriba citados son en torno a los precios medios de las principales tarifas de los gimnasios en Tacna.

Teniendo en cuenta los datos mencionados se establecen los precios para el CrossFit La Nueva Crema:

En cuanto a las tarifas mensuales, se darán en sesiones que se puedan realizar de 1 sesión por semana hasta las sesiones ilimitadas, en la cual el cliente podrá asistir a todas las sesiones de CrossFit que quiera siempre que sean dentro del horario establecido.

A continuación, se detallan los siguientes precios:

- 1 sesiones por semana: S/. 100.00/mes
- 2 sesiones por semana: S/. 180.00/mes

- 3 sesiones por semana: S/. 240.00/mes
- 4 sesiones por semana: S/. 255.00/mes
- sesiones ilimitadas: S/. 310.00/mes

A continuación, con la intención de fidelizar a los clientes, la empresa impondrá el pago de una matrícula inicial y descuentos en pagos trimestrales, semestrales y anuales, los precios son:

- Matrícula: el precio de la matrícula será de 40 soles e incluirá una mochila y una camiseta con el logo.
- 10% por el pago trimestral, 15% semestral y 20% anual.

Y, por último, en esta etapa de introducción, tenemos como objetivo atraer la mayor cantidad de clientes, por ello la empresa CrossFit La Nueva Crema ofrecerá los siguientes tipos de descuentos que justifiquen la condición de:

- 5% a bomberos, fuerzas y cuerpos de seguridad, estudiantes y deportistas profesionales
- 5% a desempleados
- familiares: 5% por cada familiar directo (hermanos, hijos, padres o cónyuges) que pague una matrícula mensual.

En conclusión, CrossFit La Nueva Crema ofrecerá tarifas con precios aceptables y acorde al mercado, descuentos y full promociones para que de esa manera se puede fidelizar a los clientes ya existentes.

### **3.1.2.3. Comunicación**

A continuación, mostraremos los métodos de comunicación que se dividen en 4 tipos: publicidad, venta personal, promoción de ventas y relaciones públicas.

En cuanto a la publicidad, se trata de transmitir información de la empresa, los servicios a través de medios de comunicación mediante anuncios pagados por el vendedor.

CrossFit La Nueva Crema tendrá una página web y creará perfiles de la empresa en las redes sociales de Facebook e Instagram. Gracias a las redes sociales y pagina web, se puede llegar a transmitir el mensaje de nuestra empresa que quiere compartir con las personas.

Respecto al instrumento de comunicación de la venta personal, se define como una forma de comunicación mediante la que se transmite de forma directa, personal e interactiva entre vendedor y comprador, y se recibe respuesta rápida.

CrossFit La Nueva Crema buscará brindar información mediante el cara a cara y por teléfono explicándole y argumentando los beneficios y todo lo positivo que tendrá el cliente por nuestros servicios. El cara a cara es una herramienta valiosa en nuestra empresa, ya que ofrecemos y sobre todo escuchamos al cliente, en nuestra empresa cuidamos al máximo el trato con los clientes y darles un buen servicio para que posteriormente ellos compartan sus experiencias con las personas.

En cuanto a la herramienta de la promoción de ventas, se caracteriza por la utilización de incentivos materiales o económicos de forma directa a corto plazo.

CrossFit La Nueva Crema utilizará incentivos económicos, como se ha citado anteriormente, los clientes recibirán descuentos por el pago de cuotas trimestrales, semestrales y anuales. Así mismo, algunos colectivos tendrán descuentos al matricularse, algunos de estos colectivos son los bomberos, estudiantes y deportistas profesionales.

Y, por último, la herramienta de comunicación de las relaciones públicas, se define como el conjunto de actividades diseñadas con el fin de mejorar, mantener o proteger la imagen de la empresa o servicio.

CrossFit La Nueva Crema utilizará deportistas de la ciudad de Tacna, como futbolistas representativos de dicha ciudad que estén vigentes y alrededores con el objetivo de que publiciten la empresa en sus redes sociales a cambio de ellos, ellos recibirán el servicio de las instalaciones gratuitas, es decir podrán entrenar en el Box de CrossFit de manera gratis.

En conclusión, CrossFit La Nueva Crema contará con un variado sistema de comunicación entre empresa y consumidores con el que hacerles llegar las soluciones a sus necesidades a través de la publicidad, venta personal, promoción de ventas y relaciones públicas.

#### **3.1.2.4. Distribución**

El canal de distribución de los servicios ofrecidos por la empresa será a través del monitor (personal certificado por la marca) será el encargado de impartir las sesiones del entrenamiento de CrossFit y en el caso del uso libre de las instalaciones (Open Box) será directa por los mismos clientes que podrán hacer uso.

Y, por último, el lugar donde CrossFit La Nueva Crema ofrecerá sus servicios será las instalaciones de la empresa ubicada en el distrito de Tacna (una Cuadra más arriba del Ovalo Tarapacá).

### **3.2. Estudio Técnico**

#### **3.2.1. Especificaciones Técnicas**

- Nombre: CrossFit La Nueva Crema
- Descripción del Servicio: Centro de entrenamiento donde podrán desarrollar las 10 habilidades fundamentales con un entrenador certificado por CrossFit Inc.
- En que consiste el servicio: Rutinas de ejercicio diarias de lunes a sábado.
- Beneficios: llegar a conseguir un atleta lo más completo posible a través de movimientos de gimnasia, calistenia o halterofilia (entre otras disciplinas).

### 3.2.2. Flujo del Proceso

Flujo del proceso para la realización de entrenamiento en el Box.

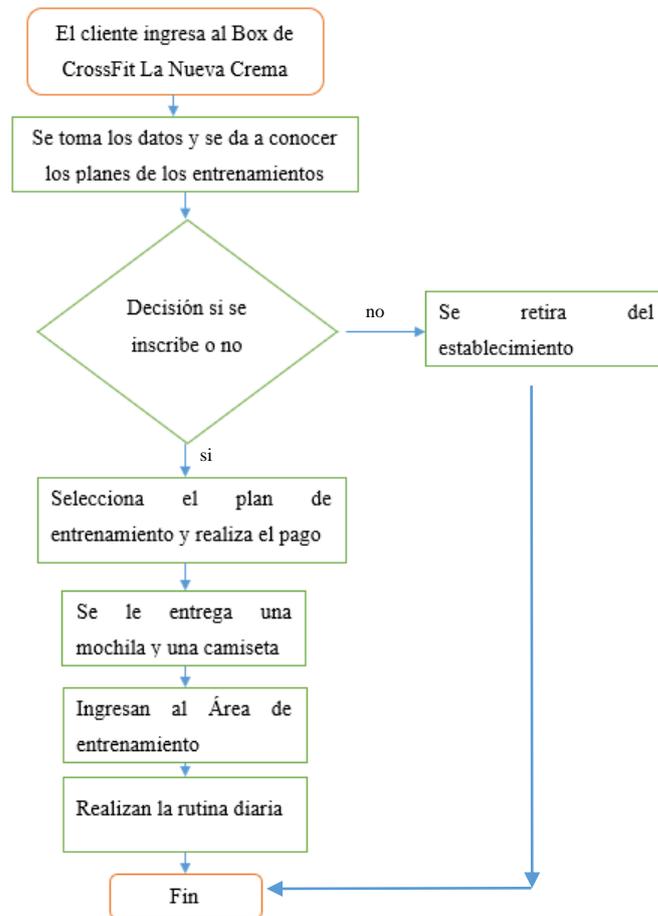


Ilustración 17: Flujo del Proceso

Fuente: Elaboración Propia

#### 3.2.2.1. Materias Primas

Listado de los accesorios de un CrossFit y la jaula CrossFit:

- Ab-mat
- Anillos de gimnasio
- Barra Olímpica 20 kg con 4 rodajes
- Barra Olímpica 15 kg
- Cierre con Bloqueo Par (seguros para barra)
- Balón Medicinal de 8lb

- Balón Medicinal de 12lb
- Balón Medicinal de 14lb
- Balón Medicinal de 20lb
- Cajón Pliométrico
- Cuerda para Tregar 2pulg. X 12m
- Comba rápida (soga para saltar)
- Disco training de 5 kg
- Disco training de 10 kg
- Disco training de 15 kg
- Disco training de 20 kg
- Disco training de 25 kg
- Kettlebell / Pesa rusa de 8kg
- Banda Elástica 20.6mm
- Banda Elástica 30.5mm
- Banda Elástica 44.5mm
- Banda Elástica 63.5mm
- Slam Ball de 5kg
- Slam Ball de 10kg
- Slam Ball de 15kg
- Slam Ball de 20kg
- Bola de Lacrosse
- Foam Roller Long
- Discos Fraccionales de 0.5,1,1.5,2,2.5kg
- Kettlebell / Pesa rusa de 12kg
- Kettlebell / Pesa rusa de 16kg

- Kettlebell / Pesa rusa de 20kg
- Kettlebell / Pesa rusa de 24kg
- Banco de press
- Timer / Cronómetro para Fitness
- Mancuerna de 6kg
- Mancuerna de 8kg
- Mancuerna de 10kg
- Mancuerna de 12.5kg
- Mancuerna de 15kg
- Mancuerna de 17.5kg
- Mancuerna de 20kg
- Mancuerna de 25kg
- Jaula de CrossFit

### **3.2.2.2. Producción del Bien o Servicio**

Con este elemento se pretende describir la secuencia de operaciones del servicio de CrossFit.

a) El Cliente ingresa al Box de CrossFit La Nueva Crema

El cliente mediante las publicidades realizadas se ha enterado de la instalación de un Box de CrossFit en la Ciudad de Tacna, es por ello que el cliente se acerca al Box y realiza su ingreso.

b) Se toma los datos y se da a conocer los planes de los entrenamientos

En la oficina el administrador le da a conocer al cliente los planes de entrenamiento, el horario de las rutinas y el horario del OpenBox.

c) Decisión si se inscribe o no

Es el momento donde el cliente decide inscribirse en algún plan o decide desistir con la inscripción.

d) Se retira del establecimiento

El cliente toma la decisión de no inscribirse y procede a retirarse.

e) Selecciona el plan de entrenamiento y realiza el pago

El cliente llamado desde ahora CrossFitter ha seleccionado el mejor plan según su conveniencia y realiza el pago correspondiente.

f) Se le entrega una mochila y una camiseta

Al término del pago del plan de entrenamiento, el CrossFitter recibe una mochila y una camiseta con el nombre de CrossFit La Nueva Crema.

g) Ingresa al área de entrenamiento

El CrossFitter ingresa al vestuario para prepararse para el entrenamiento, continuo a este paso se dirige al área de entrenamiento para realizar las rutinas de entrenamiento de la mano con el entrenador certificado.

h) Realizan la rutina diaria

El CrossFitter realiza la rutina diaria que ha solicitado según el plan elegido.

### **3.2.2.3. Producto o servicio terminado**

El Box de CrossFit La Nueva Crema, es un espacio amplio con techo alto con música adecuada equipada con accesorios y jaula CrossFit.

En este Box de CrossFit se ofrece el servicio de desarrollar las diez habilidades fundamentales para tener un cuerpo Fitness, el entrenamiento en un Box de CrossFit es la previa preparación para diferentes tipos de deporte, sumado a ello, el entrenador es certificado por CrossFit Inc. Ubicado en Washington D. C., Estados Unidos.

### **3.2.3. Localización del Proyecto**

El proyecto se localizará en la Ciudad de Tacna, en el distrito de Tacna, debido a que, en dicha ciudad, no hay un establecimiento que brinde del mismo servicio.

#### **3.2.3.1. Macro localización:**

El CrossFit La Nueva Crema estará ubicado en la provincia de Tacna, esta ciudad se encuentra ubicada al sur del Perú y que limita con el país de Chile.

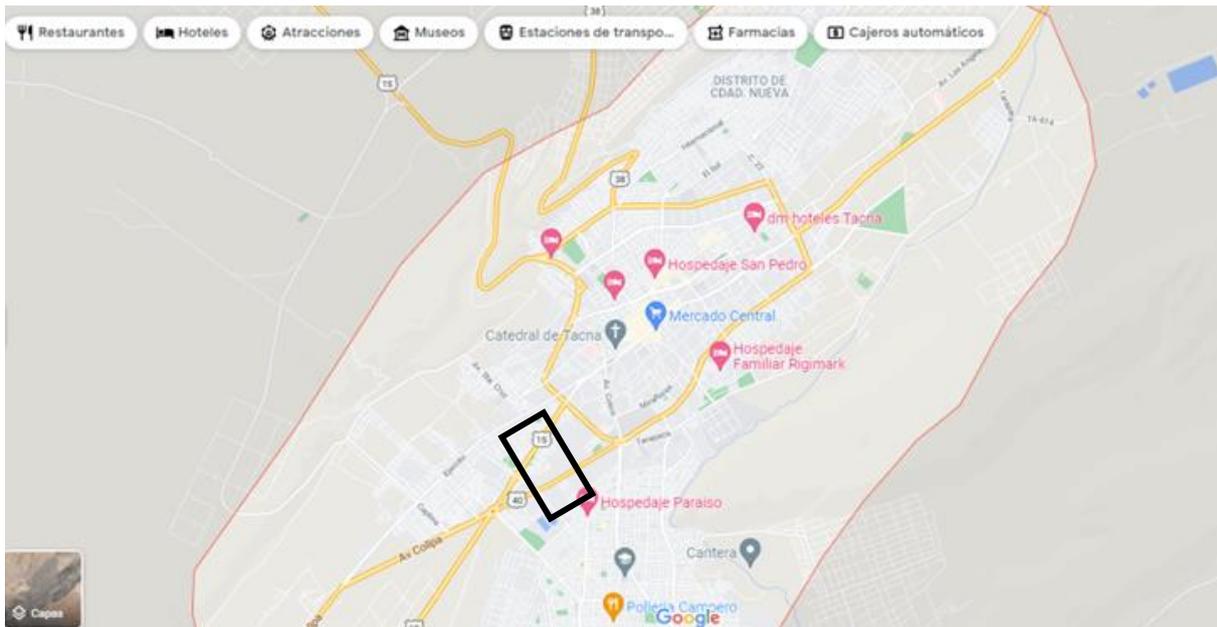


Ilustración 18: Mapa del Distrito de Tacna  
Fuente: Google Maps

### 3.2.3.2. Micro localización:

El proyecto se instalará por la Carretera Panamericana Sur – Tacna (una cuadra antes de llegar al óvalo Tarapacá).



Ilustración 19: Ubicación aérea futura del CrossFit  
Fuente: Google Maps

### **3.2.4. Capacidad Instalada Estimada**

El total del área del Box de CrossFit es de 300 metros cuadrados, de las cuales cuenta con dos cambiadores incluido los servicios higiénicos para varones y damas, el área de recepción, el área de descanso y el área de entrenamiento.

#### **3.2.4.1. Factores Determinantes**

- Se percibió una fuerte demanda en la ciudad, después de hacer algunas preguntas a un grupo considerable de personas, y la mayoría afirmaron que asistirían a dicho establecimiento.
- Se contará con todos los insumos e implementos necesario para el correcto funcionamiento del establecimiento.
- Se atenderá todo el año, pero se estima que en las estaciones de invierno y otoño habrá un descenso de la demanda.

#### **3.2.4.2. Factores Condicionales**

- En cuanto a este punto no habrá ningún inconveniente, ya que se contará con la tecnología necesaria para el funcionamiento del establecimiento.
- Con respecto a la ubicación del establecimiento, no se presenta ningún problema, ya que se encuentra en una avenida de fácil acceso.
- En los aspectos financieros como socios se nos será prestado una cantidad de flujo de efectivo por nuestros padres, el ahorro por parte de nosotros.

- La capacidad general de nuestro establecimiento es de 100 personas juntas como máximo con un horario de atención desde las 5 horas hasta las 23 horas.
- Sobre los Recursos Humanos solo participaran dos personas, el propietario o director de la empresa que en este caso será el empresario individual el cual llevará el control total de la empresa y un monitor encargado de realizar las sesiones de CrossFit programadas. Sobre la Contabilidad se contratará un contador externo.

### **3.2.5. Infraestructura**

Detallaremos las medidas de las áreas correspondientes, en total del área del proyecto es de 300 metros cuadrados.

#### **3.2.5.1. Área de recepción y administración**

EL área de recepción y área administrativa atenderá una medida de 18.57 metros cuadrados, de las cuales tiene un ancho de 3.69 metros y un largo de 5.04 metros.

#### **3.2.5.2. Área de Producción**

El área de Producción es donde se realizarán las rutinas de CrossFit tendrá una medida de 122.05 metros cuadrados, de las cuales tiene un ancho de 14.19 metros y un largo de 8.6 metros.

### **3.2.5.3. Área de Descanso**

El área de descanso tendrá una medida de 30.28 metros cuadrados, de las cuales tiene un ancho de 5.04 metros y un largo de 6.01 metros.

### **3.2.5.4. Área de Vestidores / Cuarto de Baño**

El área de vestidores incluirá 3 duchas y 4 retretes, tendrán una medida de 31.55 metros cuadrados, de las cuales tiene un ancho de 6.97 metros y un largo de 4.53 metros, este será el tamaño para varones y de la misma forma para mujeres.

### **3.2.6. Distribución de la Planta**

Plano de distribución de las áreas del Box de CrossFit.

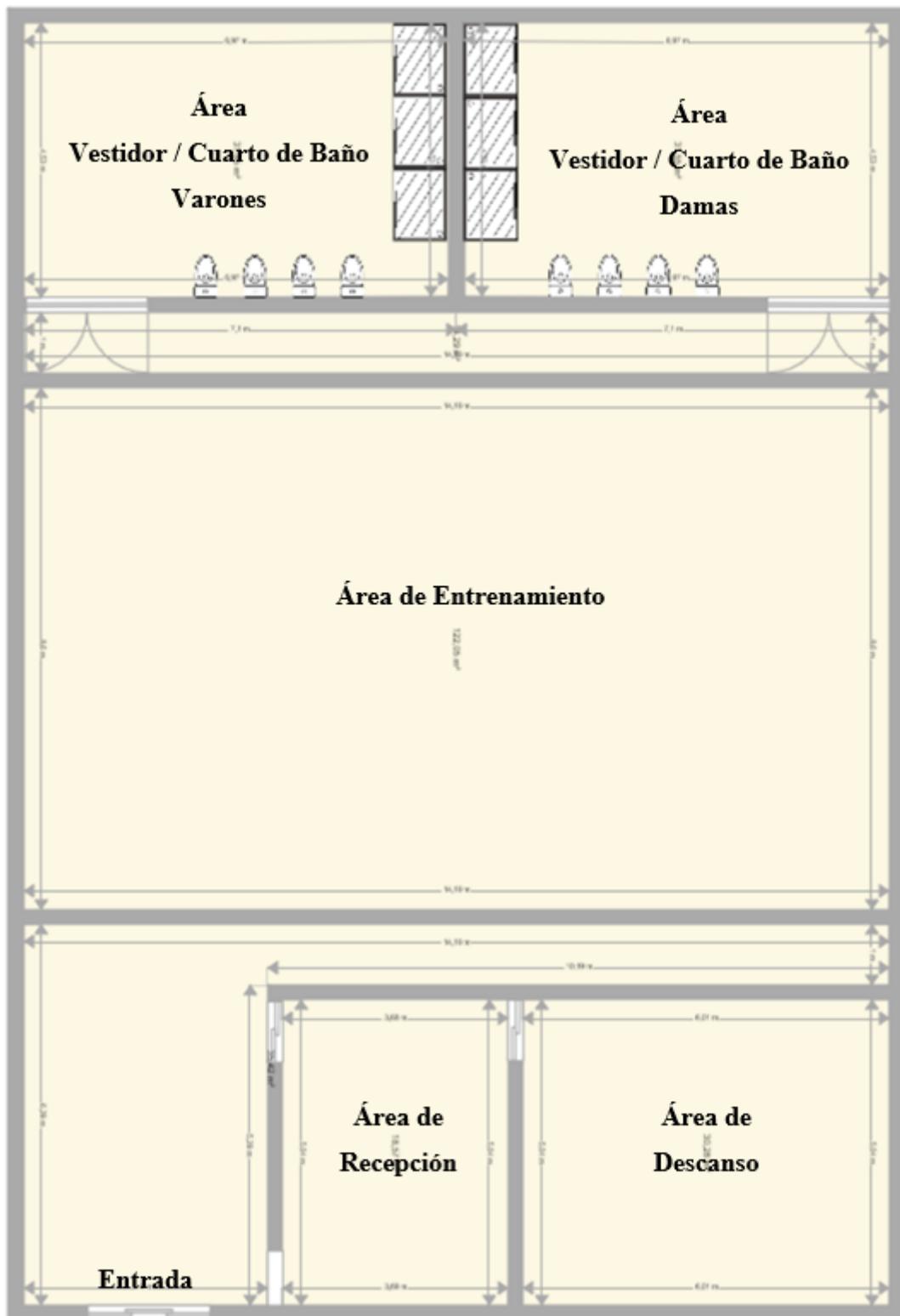


Ilustración 20: Plano del Box de CrossFit  
 Fuente: Pagina Web ArchiFacil

### 3.2.7. Equipamiento

#### 3.2.7.1. Equipamiento Área de Producción

Tabla 2. Equipos del área de producción

Productos	Unidades
Ab-mat	15
Anillos de gimnasio	8
Barra Olímpica 20 kg con 4 rodajes	10
Barra Olímpica 15 kg	5
Cierre con Bloqueo (Par)	15
Balón Medicinal de 8lb	4
Balón Medicinal de 12lb	4
Balón Medicinal de 14lb	4
Balón Medicinal de 20lb	6
Cajón Pliométrico	8
Cuerda para Trepas 2pulg. X 12m	6
Comba rápida (soga para saltar)	15
Disco training de 5 kg	15
Disco training de 10 kg	15
Disco training de 15 kg	8
Disco training de 20 kg	15
Disco training de 25 kg	4
Kettlebell / Pesa rusa de 8kg	4
Banda Elástica 20.6mm	6
Banda Elástica 30.5mm	4
Banda Elástica 44.5mm	4
Banda Elástica 63.5mm	3
Productos	Unidades
Slam Ball de 5kg	4
Slam Ball de 10kg	4
Slam Ball de 15kg	4
Slam Ball de 20kg	4
Bola de Lacrosse	15
Foam Roller Long	15
Discos Fraccionales de 0.5,1,1.5,2,2.5kg	16
Kettlebell / Pesa rusa de 12kg	4
Kettlebell / Pesa rusa de 16kg	6
Kettlebell / Pesa rusa de 20kg	4
Kettlebell / Pesa rusa de 24kg	6
Banco de press	5
Timer / Cronómetro para Fitness	1
Mancuerna de 6kg	4
Mancuerna de 8kg	4
Mancuerna de 10kg	4
Mancuerna de 12.5kg	4
Mancuerna de 15kg	6
Mancuerna de 17.5kg	4
Mancuerna de 20kg	4
Mancuerna de 25kg	2
Jaula de CrossFit	1

Fuente: Elaboración Propia

### 3.2.7.2. Equipamiento de Vestidores / Cuarto de Baño

Tabla 3. Equipos de Vestidores / Cuarto de Baño

Productos	Unidades
Mezcladora de ducha	6
Lava manos	8
Banquetas	8
Retretes	8

Fuente: Elaboración Propia

### 3.2.7.3. Equipamiento Área de Recepción y Administración / Área de Descanso

Tabla 4. Equipos del área de Recepción y Descanso

Productos	Unidades
Microondas 32 lts.	1
Sofás	2
Mesas	5
Banco bar blanco	7
Caja Acústica	2
Mezcladora Amplificada STM Electronics ML 802D	1
Micrófono Inalámbrico KG WMS - 40 mini vocal	2

Fuente: Elaboración Propia

## 3.3. Estudio Organizacional

### 3.3.1. Estructura Organizacional de la empresa

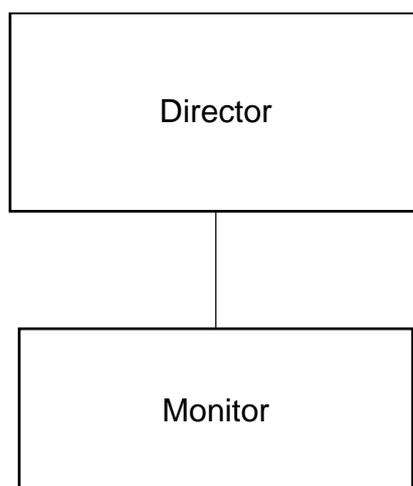


Ilustración 21. Estructura organizacional

Fuente: Elaboración propia

### **3.3.2. Descripción de los puestos**

#### **3.3.2.1. Director o Gerente**

A. Descripción: Experiencia previa en puestos similares. Estudios relacionados con las ciencias empresariales, de preferencia con posgrado.

B. Funciones:

- Supervisión y control de las operaciones de la empresa.
- Toma decisiones estratégicas.
- Gestión del talento humano.
- Pago de costos y gastos.
- Gestión de compras y adquisición de recursos.
- Control de ingreso al local.
- Atención al cliente.

#### **3.3.2.2. Monitor**

A. Descripción: Nivel 1 de entrenador certificado por la marca CrossFit.

B. Funciones:

- Atención al cliente.
- Recepción e inducción de nuevos clientes.
- Informar al gerente sobre el funcionamiento y la asistencia.
- Informar al gerente sobre las necesidades de implementos por necesidad y/o por desgaste.
- Desarrollar las sesiones de CrossFit.

### 3.3.3. Requerimiento e inversión de personal

Tabla 5. Requerimiento de personal

Área	Cargo	Número de Funcionarios	Modalidad de Contratación
Dirección	Gerente	1	Tiempo completo Planilla
Producción	Monitor	1	Tiempo completo Planilla

Fuente: Elaboración Propia

### 3.4. Estudio Legal

#### 3.4.1. Selección de la Persona Natural o Jurídica

Para poder aperturar formalmente el Box de CrossFit La Nueva Crema es necesario crear una empresa de las cuales será constituida como Persona Jurídica. La empresa será constituida como una E.I.R.L. ya que como se menciona antes esta empresa será únicamente administrada por una persona. Entre los beneficios que nos proporciona la mencionada personería jurídica se encuentra:

- Protección de su patrimonio personal frente al patrimonio del negocio y sus riesgos.
- Mayor credibilidad y presencia en el mercado.
- Fácil acceso a productos bancarios y de crédito especiales para personas jurídicas.
- Ventajas tributarias.
- Mayor estabilidad del negocio.
- Fácil transferencia de la propiedad.
- Mejora estrategia de salida del negocio.
- Mayor facilidad para contratar con el Estado.

Tabla 6. Tipos de empresa

	<b>Cantidad de Accionistas / Socios</b>	<b>Organización</b>	<b>Capital y Acciones</b>	<b>Ejemplos</b>
Sociedad Anónima (S.A)	Mínimo: 2 Máximo: ilimitado	Se debe establecer: Junta general de accionistas. Gerencia. Directorio.	Capital definido por aportes de cada socio. Se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones.	Cassinelli S.A. Socosani S.A. Banco Ripley Perú S.A.
Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.)	Mínimo: 2 Máximo: 20	Se debe establecer: Junta general de accionistas. Gerencia. Directorio. (Opcional)	Capital definido por aportes de cada socio. Se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones.	Montalvo Spa Peluquería S.A.C. Piso Pak Perú S.A.C. Distribuidora Concordia S.A.C.
Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Mínimo: 2 Máximo: 20	Normalmente empresas familiares pequeñas.	Capital definido por aportes de cada socio. Se debe inscribir en Registros Públicos.	Clínica Cayetano Heredia S.R.L. DIRECTV Perú S.R.L. Corporación Inca Kola Perú S.R.L.
Empresario Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)	Máximo: 1	Una sola persona figura como Gerente General y socio.	Capital definido por aportes del único aportante.	G.L.P. Distribuciones E.I.R.L. Global Solutions Perú E.I.R.L. Plastidio E.I.R.L.
Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)	Mínimo: 750	Se debe establecer: Junta general de accionistas. Gerencia. Directorio.	Más del 35% del capital pertenece a 175 a más accionistas. Debe haber hecho una oferta pública primaria de acciones u obligaciones convertibles en acciones. Deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones.	Alicorp S.A.A. Luz del Sur S.A.A. Creditex S.A.A.

Fuente: Gobierno del Perú

### 3.4.2. Selección del Régimen Tributario

A continuación, se muestra los regímenes tributarios existentes en el Perú.

Tabla 7. Regímenes tributarios

Conceptos	NRUS	RER	RMT	RG
Persona Natural	Sí	Sí	Sí	Sí
Persona Jurídica	No	Sí	Sí	Sí
Límite de ingresos	Hasta S/. 96,000 anuales u S/. 8,000 mensuales.	Hasta S/.525,000 anuales.	Ingresos netos que no superen 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior).	Sin límite
Límite de compras	Hasta S/. 96,000 anuales u S/. 8,000 mensuales.	Hasta S/.525,000 anuales.	Sin límite	Sin límite
Comprobantes que pueden emitir	Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.
DJ anual – Renta	No	No	Sí	Sí
Pago de tributos mensuales	Pago mínimo S/ 20 y máximo S/50, de acuerdo a una tabla de ingresos y/o compras por categoría.	Renta: Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales (Cancelatorio).	Renta: Si no superan las 300 UIT de ingresos netos anuales: pagarán el 1% de los ingresos netos obtenidos en el mes. Si en cualquier mes superan las 300 UIT de ingresos netos anuales pagarán 1.5% o coeficiente.	Renta: Pago a cuenta mensual. El que resulte como coeficiente o el 1.5% según la Ley del Impuesto a la Renta.
	El IGV está incluido en la única cuota que se paga en éste régimen.	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).
Restricción por tipo de actividad	Si tiene	Si tiene	No tiene	Si tiene
Trabajadores	Sin límite	10 por turno	Sin límite	Sin límite
Valor de activos fijos	S/ 70,000	S/ 126,000	Sin límite	Sin límite
Posibilidad de deducir gastos	No tiene	No tiene	Si tiene	Si tiene
Pago del Impuesto Anual en función a la utilidad	No tiene	No tiene	Si tiene	Si tiene

Fuente: SUNAT

Para la empresa CrossFit La Nueva Crema como E.I.R.L. es conveniente estar en el Régimen Especial de Renta donde solo es obligatorio llevar los libros de compras y ventas pagando un Impuesto

de Renta Mensual del 1.5% sobre los Ingresos Netos y el IGV de las ventas que es el 18%.

### **3.4.3. Selección del Régimen Laboral**

El régimen laboral que adoptará la empresa es el Régimen laboral Mype, el considera los siguientes derechos:

- Remuneración Mínima Vital (RMV).
- Jornada de trabajo de 8 horas.
- Descanso semanal y en días feriados.
- Remuneración por trabajo en sobretiempo.
- Descanso vacacional de 15 días calendarios.
- Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD).
- Cobertura previsional.
- Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios.

### **3.4.4. Otros Tramites**

- Reserva de nombre.
- Elaboración del Acto Constitutivo (Minuta).
- Elaboración de la Escritura Pública.
- Inscripción en Registros Públicos (SUNARP).
- Inscripción del Registro Único de Contribuyentes (RUC) para Persona Jurídica.
- Autorización del Libro de Planillas del Ministerio de Trabajo (MINTRA).

- Inscripción de los trabajadores en ESSALUD.
- Legalización de Libros Contables ante un Notario Público.
- Licencia de Funcionamiento Municipal.
- Certificación por parte de INDECI (Instituto Nacional de Defensa Civil).

Tabla 8. Otros trámites

Descripción del Trámite	Cantidad
Reserva de Nombre	1
Minuta	1
Escritura Pública	1
Inscripción SUNARP	1
Legalización Libros Contables	2
Licencia de Funcionamiento Municipal	1
Certificación INDECI	1

Fuente: Elaboración propia

### 3.5. Estudio Financiero

#### 3.5.1. Inversión Inicial

Tabla 9. Inversión inicial

N°	ÁREA	NS/.
	Inversión en Activos	148940.00
	1.1 Inversión en el Área de Producción	127178.00
1	1.2 Inversión en el Área de Vestidores	6372.00
	Inversión en el Área de	
	1.3 Recepción/Administración	5590.00
	1.3 Inversión en Intangibles	9800.00
2	Trámites Legales	1430.00
3	Imprevistos (10%)	15037.00
	<b>Total</b>	<b>165407.00</b>
4	Capital de Trabajo	28231.20
	<b>Total</b>	<b>193638.20</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 3.5.2. Valor de Venta

Tabla 10. Valor de venta de los servicios

<b>Productos</b>	<b>Valor de Venta S/.</b>
1 sesión por semana	84.75
2 sesiones por semana	152.54
3 sesiones por semana	203.39
4 sesiones por semana	216.10
Sesiones ilimitadas	262.71
Matrícula	33.90

Fuente: Elaboración propia

### 3.5.3. Ingresos Projectados en Unidades

Para la proyección de las unidades anuales, se consideró un incremento del 35% anual, tomando en cuenta el crecimiento de la preocupación de los ciudadanos en mantener una vida saludable, sinónimo de mayores niveles de defensa ante cualquier enfermedad.

Tabla 11. Ingresos anuales en unidades

<b>Productos</b>	<b>Año 01</b>	<b>Año 02</b>	<b>Año 03</b>	<b>Año 04</b>	<b>Año 05</b>
1 sesión por semana	120	154	200	264	348
2 sesiones por semana	130	172	226	298	398
3 sesiones por semana	130	172	226	298	398
4 sesiones por semana	110	140	182	240	316
Sesiones ilimitadas	140	182	240	316	420
Matrícula	190	248	330	440	590
<b>Total</b>	<b>820</b>	<b>1068</b>	<b>1404</b>	<b>1856</b>	<b>2470</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3.5.4. Ingresos Projectados en Soles

Tabla 12. Ingresos anuales en soles

<b>Productos</b>	<b>Año 01</b>	<b>Año 02</b>	<b>Año 03</b>	<b>Año 04</b>	<b>Año 05</b>
1 sesión por semana	S/ 10,169	S/ 13,051	S/ 16,949	S/ 22,373	S/ 29,492
2 sesiones por semana	S/ 19,831	S/ 26,237	S/ 34,475	S/ 45,458	S/ 60,712
3 sesiones por semana	S/ 26,441	S/ 34,983	S/ 45,966	S/ 60,610	S/ 80,949
4 sesiones por semana	S/ 23,771	S/ 30,254	S/ 39,331	S/ 51,864	S/ 68,288
Sesiones ilimitadas	S/ 36,780	S/ 47,814	S/ 63,051	S/ 83,017	S/ 110,339
Matrícula	S/ 6,441	S/ 8,407	S/ 11,186	S/ 14,915	S/ 20,000
<b>Total</b>	<b>S/ 123,432</b>	<b>S/ 160,746</b>	<b>S/ 210,958</b>	<b>S/ 278,237</b>	<b>S/ 369,780</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3.5.5. Costos Proyectados por Unidad

Tabla 13. Costo unitario de la matrícula

Ítem	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Materias Primas			
1.1	Mochila	1	12	12
1.2	Camiseta con logo	1	8	8
2	Mermas (10%)			2
			<b>Total</b>	<b>22</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14. Costo unitario de una sesión por semana

Ítem	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Costos Indirectos			
1.1	Desgaste de equipos	4	0.8	3.2
1.2	Implementos desinfección	4	0.8	3.2
2	Mermas (10%)			0.64
			<b>Total</b>	<b>7.04</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15. Costo unitario de dos sesiones por semana

Ítem	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Costos Indirectos			
1.1	Desgaste de equipos	8	0.8	6.4
1.2	Implementos desinfección	8	0.8	6.4
2	Mermas (10%)			1.28
			<b>Total</b>	<b>14.08</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16. Costo unitario de 3 sesiones por semana

Ítem	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Costos Indirectos			
1.1	Desgaste de equipos	12	0.8	9.6
1.2	Implementos desinfección	12	0.8	9.6
2	Mermas (10%)			1.92
			<b>Total</b>	<b>21.12</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17. Costo unitario de 4 sesiones por semana

Ítem	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Costos Indirectos			
1.1	Desgaste de equipos	16	0.8	12.8
1.2	Implementos desinfección	16	0.8	12.8
2	Mermas (10%)			2.56
			<b>Total</b>	<b>28.16</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18. Costo unitario de sesiones ilimitadas

Ítem	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Costos Indirectos			
1.1	Desgaste de equipos	26	0.8	<b>20.8</b>
1.2	Implementos desinfección	26	0.8	<b>20.8</b>
2	Mermas (10%)			<b>4.16</b>
			<b>Total</b>	<b>45.76</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19. Costo del Servicio por Entrenamiento

Ítem	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Monitor	1	1200	<b>1265</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3.5.6. Costos Proyectados en Soles

Tabla 20. Costos anuales en soles

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
1 sesión por semana	845	1,084	1,408	1,859	<b>2,450</b>
2 sesiones por semana	1,830	2,422	3,182	4,196	<b>5,604</b>
3 sesiones por semana	2,746	3,633	4,773	6,294	<b>8,406</b>
4 sesiones por semana	3,098	3,942	5,125	6,758	<b>8,899</b>
Sesiones ilimitadas	6,406	8,328	10,982	14,460	<b>19,219</b>
Matrícula	4,180	5,456	7,260	9,680	<b>12,980</b>
Monitor	15,180	15,180	30,360	30,360	<b>30,360</b>
<b>Total</b>	<b>34,285</b>	<b>40,045</b>	<b>63,091</b>	<b>73,607</b>	<b>87,917</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3.5.7. Gastos Proyectados Administrativos

Entre los gastos mensuales administrativos se consideró el pago de planilla, con sus beneficios laborales del gerente general que laborará en la institución, así también los servicios básicos, alquiler y el pago al contador por la declaración de impuestos de forma mensual.

Tabla 21. Gastos administrativos mensuales

Ítem	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Personal			
1.1	Gerente general	1	S/ 1,800	<b>S/ 1,890</b>
2	Gastos Operacionales			

2.1	Contador	1	S/	300	<b>S/</b>	<b>300</b>
2.2	Útiles de oficina	1	S/	80	<b>S/</b>	<b>80</b>
2.3	Telefonía	1	S/	120	<b>S/</b>	<b>120</b>
2.4	Servicios básicos	1	S/	900	<b>S/</b>	<b>900</b>
2.5	Alquiler	1	S/	1,200	<b>S/</b>	<b>1,200</b>
				<b>Total</b>	<b>S/</b>	<b>4,490</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3.5.8. Gastos Proyectados de Comercialización

Tabla 22. Gastos mensuales de comercialización

Ítem	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
2	Gastos Operacionales			
2.1	Marketing digital	1	S/ 350	<b>S/ 350</b>
2.2	Mantenimiento sitio web	1	S/ 110	<b>S/ 110</b>
2.3	Premios y sorpresas	1	S/ 90	<b>S/ 90</b>
2.4	Uso de marca CrossFit	1	S/ 1,000	<b>S/ 1,000</b>
2.5	Certificación del entrenador	1	S/ 333	<b>S/ 333</b>
2.6	Desinfección de ambientes	1	S/ 180	<b>S/ 180</b>
			<b>Total</b>	<b>S/ 2,063</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3.5.9. Flujo Económico

Tabla 23. Flujo de caja económico

	Año 0	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Ingresos		123,432.20	160,745.76	210,957.63	278,237.29	369,779.66
Costos		34,284.80	40,045.28	63,090.72	73,606.72	87,917.28
Utilidad Bruta		89,147.40	120,700.48	147,866.91	204,630.57	281,862.38
Gastos Administrativos		53,880.00	53,880.00	53,880.00	53,880.00	53,880.00
Gastos de Comercialización		24,760.00	24,760.00	24,760.00	24,760.00	24,760.00
Utilidad Operativa		10,507.40	42,060.48	69,226.91	125,990.57	203,222.38
Impuesto Renta		1,851.48	2,411.19	3,164.36	4,173.56	5,546.69
Inversión	165,407.00					
Capital de Trabajo	28,231.20					28,231.20
Utilidad Neta	-193,638.20	8,655.92	39,649.30	66,062.54	121,817.01	225,906.89

Fuente: Elaboración propia

### 3.5.10. Análisis Económico

Tabla 24. Indicadores financieros

Indicadores	Valor
<b>COK</b>	15%
<b>VAN</b>	69,271.36
<b>TIR</b>	24%

Fuente: Elaboración propia

## **CAPÍTULO IV**

### **DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS**

#### **4.1. Decisión de Inversión**

A través de la revisión de los resultados de los diferentes estudios, el estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio legal y estudio financiero, se logró determinar la viabilidad de la ejecución del proyecto, bajo las condiciones analizadas en el presente documento.

El estudio de mercado demostró la gran aceptación del público tacneño por programas de entrenamiento CrossFit, cercano al 95%, así como el estudio técnico permito demostrar la disponibilidad de ambientes para el centro de entrenamiento, empero principalmente el estudio financiero demostró que con una inversión inicial de S/193,638 soles se logra obtener un valor actual neto de S/69,271 soles y una tasa interna de retorno de 24% superior al costo de oportunidad del 15%.

#### **4.2. Recomendaciones**

Se recomienda al proyecto analizar la posibilidad de formular alianzas estratégicas con empresas del sector salud, tales como centros de distribución de suplementos deportivos, así también empresas dedicadas a la venta de artículos deportivos, para comisiones por cliente referido que adquiere un plan de entrenamiento superior a tres meses, para que pueda observarse rentabilidad.

Se sugiere también que el gerente como parte de sus funciones, realice la firma de alianzas con entidades del sector educación (universitario y técnico) para beneficios para sus estudiantes, de igual manera con empresas para la otorgación

de descuentos para sus trabajadores, igualmente este método puede ser replicado en las entidades públicas, mediante los cuales se pueden desarrollar actividades conjuntas para la promoción de actividades saludables a nivel de la provincia de Tacna.

Se deberá de analizar de forma periódica los indicadores de calidad de servicio, para la elaboración de planes estratégicos que permitan afrontar de forma adecuada y oportuna las necesidades de los clientes, y que estos al encontrarse satisfechos con nuestros servicios, puedan recomendarlos a su círculo de amigos y/o familiares.

## CONCLUSIONES

Al consultar a al mercado objetivo se pudo comprobar que la hipótesis planteada era cierta, dado que el 89.9% de los encuestados en la ciudad de Tacna acuden a gimnasios o centros de entrenamiento y el 95.1% estarías dispuestos a acudir a un centro CrossFit.

Mediante el uso del modelo CANVAS se logró determinar el modelo del negocio, identificando claramente la propuesta de valor que se le ofrecerá a los potenciales clientes, a través de los diferentes paquetes y/o servicios de entrenamiento.

Mediante el estudio de mercado, se logró determinar la viabilidad del proyecto, porque en la ciudad de Tacna el 89.9% aproximadamente desarrollan actividades físicas en gimnasios y/o centros de entrenamiento, además de que el 95.1% se muestran a favor de incursionar en el entramiento den un Box de CrossFit certificado, de calidad internacional, encontrándose dispuestos a pagar la suma de S/100 mensuales y S/250 soles.

A través del estudio técnico se determinó la macro y micro localización del local de atención, así como el equipamiento necesario para el desarrollo de las actividades en niveles aceptables de calidad de servicio.

El estudio organizacional, permitió establecer que se requiere de un gerente y un instructor licenciado, así como contar con la colaboración de servicio de contabilidad y desinfección de los ambientes.

El estudio legal, mediante la revisión de fuentes bibliográficas, estableció que se optará por la personería jurídica E.I.R.L., así como el régimen tributario Régimen Especial de Renta y Régimen Laboral MYPE.

Con una inversión económica de S/193,638 y un COK de 15%, se obtiene una factibilidad económica representada por un VAN equivalente a S/69,271 y un TIR de 24%.

## BIBLIOGRAFÍA

Brown, T. (2008). Design thinking. Harvard business review, 86(6), 84.

Herrera, D. C. F. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. Cooperativismo & desarrollo, 23(107).

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). Designing business models and similar strategic objects: the contribution of IS. Journal of the Association for information systems

SUNAT (Enero de 2020). Características de la micro y pequeñas empresas. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/caracteristicas-microPequenaEmpresa.html>

Gobierno (2019) Tipo de Empresa. Obtenido de <https://www.gob.pe/254-tipos-de-empresa-razon-social-o-denominacion>

CrossFit (2021) Welcome to CrossFit. Obtenido de <https://www.crossfit.com/>

Rudem (2021) Fitness Innovation. Obtenido de <https://rudemfitness.com/producto/speed-rope-training/>

RSP (2020) Running Sport Perú. Obtenido de [https://runningsportperu.com/?term=&s=comba&post\\_type=product&taxonomy=product\\_cat](https://runningsportperu.com/?term=&s=comba&post_type=product&taxonomy=product_cat)

Archifacile (2019) Planos de Casas. Obtenido de <https://es.archifacile.net/>

FullCrossFit (2021) Diccionario de CrossFit. Obtenido de <https://www.fullcrossfit.com/diccionario-de-crossfit>

Wikipedia (2021) CrossFit. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/CrossFit>

SingularBox (2021) CrossFit. Obtenido de <http://crossfitsingularbox.com/about-us/que-es-crossfit/>

CrossFitRuna (2021) CrossFit. Obtenido de <http://crossfitruna.com/faq/>

WebConsultas (2021) CrossFit, entrenamiento a alta intensidad. Obtenido de <https://www.webconsultas.com/ejercicio-y-deporte/actividades-fitness/que-es-el-crossfit>

EuroFitnees (2021) Beneficios del CrossFit. Obtenido de <https://eurofitness.com/blog-deportes/beneficios-hacer-crossfit-tu-cuerpo/>

InfoWod (2017) Todo sobre CrossFit. Obtenido de <https://infowod.com/que-es-el-crossfit-y-como-se-practica/>

CrossFitGames (2021) CrossFit Games. Obtenido de <https://games.crossfit.com/>

## ANEXOS

Tabla 25. Inversión en activos - área de producción

N°	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Ab-mat	15 S/	87.00 S/	1,305.00
2	Anillos de gimnasio	8 S/	324.00 S/	2,592.00
3	Barra Olímpica 20 kg con 4 rodajes	10 S/	1,062.00 S/	10,620.00
4	Barra Olímpica 15 kg	5 S/	1,021.00 S/	5,105.00
5	Cierre con Bloqueo (Par)	15 S/	459.00 S/	6,885.00
6	Balón Medicinal de 8lb	4 S/	287.00 S/	1,148.00
7	Balón Medicinal de 12lb	4 S/	313.00 S/	1,252.00
8	Balón Medicinal de 14lb	4 S/	326.00 S/	1,304.00
9	Balón Medicinal de 20lb	6 S/	352.00 S/	2,112.00
10	Cajón Pliométrico	8 S/	451.00 S/	3,608.00
11	Cuerda para Trepar 2pulg. X 12m	6 S/	279.00 S/	1,674.00
12	Comba rápida (soga para saltar)	15 S/	87.00 S/	1,305.00
13	Disco training de 5 kg	15 S/	205.00 S/	3,075.00
14	Disco training de 10 kg	15 S/	451.00 S/	6,765.00
15	Disco training de 15 kg	8 S/	677.00 S/	5,416.00
16	Disco training de 20 kg	15 S/	894.00 S/	13,410.00
17	Disco training de 25 kg	4 S/	1,025.00 S/	4,100.00
18	Kettlebell / Pesa rusa de 8kg	4 S/	137.00 S/	548.00
19	Banda Elástica 20.6mm	6 S/	52.00 S/	312.00
20	Banda Elástica 30.5mm	4 S/	77.00 S/	308.00
21	Banda Elástica 44.5mm	4 S/	107.00 S/	428.00
22	Banda Elástica 63.5mm	3 S/	192.00 S/	576.00
23	Slam Ball de 5kg	4 S/	54.00 S/	216.00
24	Slam Ball de 10kg	4 S/	109.00 S/	436.00
25	Slam Ball de 15kg	4 S/	150.00 S/	600.00
26	Slam Ball de 20kg	4 S/	220.00 S/	880.00
27	Bola de Lacrosse	15 S/	26.00 S/	390.00
28	Foam Roller Long	15 S/	89.00 S/	1,335.00
29	Discos Fraccionales de 0.5,1,1.5,2,2.5kg	16 S/	605.00 S/	9,680.00
30	Kettlebell / Pesa rusa de 12kg	4 S/	208.00 S/	832.00
31	Kettlebell / Pesa rusa de 16kg	6 S/	249.00 S/	1,494.00
32	Kettlebell / Pesa rusa de 20kg	4 S/	312.00 S/	1,248.00
33	Kettlebell / Pesa rusa de 24kg	6 S/	374.00 S/	2,244.00
34	Banco de press	5 S/	635.00 S/	3,175.00
35	Timer / Cronómetro para Fitness	1 S/	1,156.00 S/	1,156.00
36	Mancuerna de 6kg	4 S/	80.00 S/	320.00
37	Mancuerna de 8kg	4 S/	106.00 S/	424.00
38	Mancuerna de 10kg	4 S/	194.00 S/	776.00
39	Mancuerna de 12.5kg	4 S/	211.00 S/	844.00
40	Mancuerna de 15kg	6 S/	253.00 S/	1,518.00
41	Mancuerna de 17.5kg	4 S/	296.00 S/	1,184.00
42	Mancuerna de 20kg	4 S/	350.00 S/	1,400.00
43	Mancuerna de 25kg	2 S/	422.00 S/	844.00
44	Jaula de CrossFit	1 S/	6,500.00 S/	6,500.00
45	Pisos de caucho	609 S/	26.00 S/	15,834.00
			<b>Total S/</b>	<b>127,178.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26. Inversión en activos - área de vestidores

N°	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Mezcladora de ducha	6	S/ 42.00	S/ 252.00
2	Lava manos	8	S/ 245.00	S/ 1,960.00
3	Banquetas	8	S/ 170.00	S/ 1,360.00
4	Retretes	8	S/ 350.00	S/ 2,800.00
			<b>Total</b>	<b>S/ 6,372.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 27. Inversión en activos - área de recepción y administración

N°	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Microondas 32 lts.	1	S/ 300.00	S/ 300.00
2	Sofás	2	S/ 800.00	S/ 1,600.00
3	Mesas	5	S/ 150.00	S/ 750.00
4	Banco bar blanco	7	S/ 90.00	S/ 630.00
5	Caja Acústica	2	S/ 510.00	S/ 1,020.00
6	Mezcladora Amplificada STM Electronics ML 802D	1	S/ 600.00	S/ 600.00
7	Micrófono Inalámbrico KG WMS - 40 mini vocal	2	S/ 345.00	S/ 690.00
			<b>Total</b>	<b>S/ 5,590.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 28. Inversión en activos intangibles

N°	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Acondicionamiento del local	1	S/ 8,000.00	S/ 8,000.00
2	Página web	1	S/ 500.00	S/ 500.00
3	Diseño de marca	1	S/ 800.00	S/ 800.00
4	Redes sociales	1	S/ 500.00	S/ 500.00
			<b>Total</b>	<b>S/ 9,800.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 29. Inversión en trámites legales

N°	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Reserva de nombre	1	S/ 20.00	S/ 20.00
2	Minuta	1	S/ 300.00	S/ 300.00
3	Escritura pública	1	S/ 250.00	S/ 250.00
4	Inscripción Sunarp	1	S/ 90.00	S/ 90.00
5	Legalización de los libros contables	2	S/ 40.00	S/ 80.00
6	Certificación INDECI	1	S/ 600.00	S/ 600.00
7	Licencia de Funcionamiento Municipalidad	1	S/ 90.00	S/ 90.00
			<b>Total</b>	<b>S/ 1,430.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30. Ingresos en unidades durante el año 1

Productos	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total Anual
1 sesión por semana	11	11	8	8	8	8	8	8	12	12	13	13	120
2 sesiones por semana	12	12	9	9	9	9	9	9	13	13	13	13	130
3 sesiones por semana	12	12	9	9	9	9	9	9	13	13	13	13	130
4 sesiones por semana	9	9	8	8	8	8	8	8	11	11	11	11	110
Sesiones ilimitadas	12	12	10	10	10	10	10	10	14	14	14	14	140
Matrícula	15	15	14	14	14	14	14	14	19	19	19	19	190
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>71</b>	<b>58</b>	<b>58</b>	<b>58</b>	<b>58</b>	<b>58</b>	<b>58</b>	<b>82</b>	<b>82</b>	<b>83</b>	<b>83</b>	<b>820</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31. Ingresos en unidades durante el año 2

Productos	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total Anual
1 sesión por semana	14	14	10	10	10	10	10	10	16	16	17	17	154
2 sesiones por semana	16	16	12	12	12	12	12	12	17	17	17	17	172
3 sesiones por semana	16	16	12	12	12	12	12	12	17	17	17	17	172
4 sesiones por semana	12	12	10	10	10	10	10	10	14	14	14	14	140
Sesiones ilimitadas	16	16	13	13	13	13	13	13	18	18	18	18	182
Matrícula	20	20	18	18	18	18	18	18	25	25	25	25	248
<b>Total</b>	<b>94</b>	<b>94</b>	<b>75</b>	<b>75</b>	<b>75</b>	<b>75</b>	<b>75</b>	<b>75</b>	<b>107</b>	<b>107</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	<b>1068</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32. Ingresos en unidades durante el año 3

Productos	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total Anual
1 sesión por semana	18	18	13	13	13	13	13	13	21	21	22	22	200
2 sesiones por semana	21	21	16	16	16	16	16	16	22	22	22	22	226
3 sesiones por semana	21	21	16	16	16	16	16	16	22	22	22	22	226
4 sesiones por semana	16	16	13	13	13	13	13	13	18	18	18	18	182
Sesiones ilimitadas	21	21	17	17	17	17	17	17	24	24	24	24	240
Matrícula	27	27	24	24	24	24	24	24	33	33	33	33	330
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>124</b>	<b>99</b>	<b>99</b>	<b>99</b>	<b>99</b>	<b>99</b>	<b>99</b>	<b>140</b>	<b>140</b>	<b>141</b>	<b>141</b>	<b>1404</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33. Ingresos en unidades durante el año 4

Productos	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total Anual
1 sesión por semana	24	24	17	17	17	17	17	17	28	28	29	29	264
2 sesiones por semana	28	28	21	21	21	21	21	21	29	29	29	29	298
3 sesiones por semana	28	28	21	21	21	21	21	21	29	29	29	29	298
4 sesiones por semana	21	21	17	17	17	17	17	17	24	24	24	24	240
Sesiones ilimitadas	28	28	22	22	22	22	22	22	32	32	32	32	316
Matrícula	36	36	32	32	32	32	32	32	44	44	44	44	440
<b>Total</b>	<b>165</b>	<b>165</b>	<b>130</b>	<b>130</b>	<b>130</b>	<b>130</b>	<b>130</b>	<b>130</b>	<b>186</b>	<b>186</b>	<b>187</b>	<b>187</b>	<b>1856</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34. Ingresos en unidades durante el año 5

<b>Productos</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Set</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total Anual</b>
1 sesión por semana	32	32	22	22	22	22	22	22	37	37	39	39	<b>348</b>
2 sesiones por semana	37	37	28	28	28	28	28	28	39	39	39	39	<b>398</b>
3 sesiones por semana	37	37	28	28	28	28	28	28	39	39	39	39	<b>398</b>
4 sesiones por semana	28	28	22	22	22	22	22	22	32	32	32	32	<b>316</b>
Sesiones ilimitadas	37	37	29	29	29	29	29	29	43	43	43	43	<b>420</b>
Matrícula	48	48	43	43	43	43	43	43	59	59	59	59	<b>590</b>
<b>Total</b>	<b>219</b>	<b>219</b>	<b>172</b>	<b>172</b>	<b>172</b>	<b>172</b>	<b>172</b>	<b>172</b>	<b>249</b>	<b>249</b>	<b>251</b>	<b>251</b>	<b>2470</b>

Fuente: Elaboración propia