INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO "IDAT"

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADM. DE EMPRESAS / GESTIÓN ADMINISTRATIVA

"PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN GIMNASIO CON GUARDERÍA - ARSEN GYM"

TRABAJO DE APLICACIÓN PROFESIONAL PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL TÉCNICO EN ADM. DE EMPRESAS / GESTIÓN ADMINISTRATIVA

AGUSTÍN JUNINHO LEÓN GARCIA

(0009-0001-9696-6154)

Lima – Perú

Año 2026

Este proyecto se lo dedico a mi familia por apoyarme en cada decisión y sobre todo por sembrar en mi valores y virtudes que definen la persona que soy hoy en día.

Índice General

Resumen Ejecutivo..... 11

Introducción 12

Capítulo I:..... 13

Descripción de la Idea de Negocio 13

Objetivo..... 13

Objetivo Específico 13

Descripción de la Idea de Negocio..... 13

Propuesta de Valor 14

Matriz Bussines Model Canvas 14

Detalle de la Matriz Business Model Canvas..... 14

Capítulo II: 17

Análisis Interno y Externo 17

Factores que Determinan el Éxito 17

Organización 18

Matriz de los Factores Internos MEFI..... 18

Análisis PESTEL..... 20

Factores Legales y Políticos..... 20

Factores Económicos y Financieros 21

Factores Sociales, Culturales y Demográficos *22*

Factores Tecnológicos y Científicos *23*

Factores Ambientales y Ecológicos *23*

Análisis de las 5 Fuerzas de Poder 24

Poder de Negociación con los Clientes *25*

Poder de Negociación con los Proveedores *25*

Amenaza de los Productos o Servicios Sustitutos *26*

Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores *27*

Rivalidad de los Competidores Actuales *28*

Grado de Atracción de la Industria o Sector *29*

Matriz de los Factores Externos MEFE 30

Capítulo III: Planteamiento Estratégico 32

Misión 32

Visión 32

Valores 32

Objetivo Estratégico 33

FODA 33

Fortalezas *33*

Oportunidades *33*

Debilidades *33*

Amenazas *34*

Estrategia FO *34*

Estrategia DO *34*

Estrategia FA *34*

Estrategia DA *34*

Matriz FODA 35

Ventaja Competitiva 36

El Mapa Estratégico 37

Indicadores para Medir las Estrategias 38

Diagrama de Gantt 39

Capítulo IV: 41

Análisis de Mercado 41

Mercado Meta *41*

Prototipo para la Encuesta *42*

Método de Investigación *43*

Muestra *43*

Conformación y Tamaño de Muestra *44*

Resultados de la Encuesta *44*

Estimación de la Demanda 47

Demanda en Unidades *47*

Proyección de Ventas *47*

Capítulo V: El Plan de Marketing **48**

Variables de Segmentación del Consumidor 48

Mapa de Experiencia del Cliente 48

Marketing Mix 52

Estrategia del Producto o Servicio *53*

Estrategia de Precio *53*

Estrategia de Distribución y Canales de Venta *53*

Estrategia de Comunicación Integral *53*

Costos del Marketing 54

Capítulo VI: Gestión de las Operaciones Productivas **55**

Selección de la Ubicación del Negocio 55

Proceso de Producción del Producto o Servicio 55

Plan de Producción 58

Equipos e Infraestructura *58*

Tiempo de Producción *59*

Capacidad de Producción *60*

Nro de Personas Necesarias para la Producción *61*

Diagrama de Procesos *61*

Gestión de Calidad 62

Costo de las Operaciones Productivas 63

Capítulo VII: La Gestión Logística **67**

Gestión de las Compras 67

Identificación de los Proveedores *71*

Método de Control de Inventarios *71*

Gestión del Almacenamiento 73

Diseño de Almacén *73*

Método de Almacenamiento *75*

Gestión de la Distribución 75

Costo de la Gestión Logística 79

Capítulo VIII: La Gestión de Personas y Legales **81**

Organigrama 81

Requerimiento de los Cargos 82

Funciones y Responsabilidades 83

Proceso de Reclutamiento, Selección y Contratación del Personal 84

Proceso de Inducción, Capacitación y Evaluación del personal 85

Estrategias de Motivación y Remuneración para el Personal 85

Costo del Personal 86

Requisitos para Constitución del Negocio 87

Costos de Constituir el Negocio 88

Capítulo IX: Plan Financiero 89

Consideraciones Iniciales 89

Financiamiento de la Inversión 89

Estructura de Costos 91

Costos Variables *91*

Costos Fijos *91*

Proyección de Ventas 91

Análisis del Punto de Equilibrio 92

Inversión y el Capital de Trabajo 93

Estados Financieros 93

Evaluación Financiera 95

Conclusiones y Recomendaciones 97

Índice de Tablas

Tabla 1. *Matriz MEFI* 19

Tabla 2. *Factores políticos y legales* 20

Tabla 3. *Factores financieros y económicos* 21

Tabla 4. *Factores sociales, culturales y demográficos* 22

Tabla 5. *Factores tecnológicos y científicos* 23

Tabla 6. *Factores ambientales y ecológicos* 24

Tabla 7. *Poder de negociación con los clientes* 25

Tabla 8. *Poder de negociación de proveedores* 26

Tabla 9. *Amenaza de sustitutos* 27

Tabla 10. *Amenaza de entrantes* 27

Tabla 11. *Rivalidad de competidores* 28

Tabla 12. *Grado de atracción de la industria o sector* 29

Tabla 13. *Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)* 30

Tabla 14. *Mercado meta* 42

Tabla 15. *Fuente de financiamiento* 90

Tabla 16. *Flujo de financiamiento neto* 90

Tabla 17. *Demanda estimada* 92

Tabla 18. *Capital de trabajo* 93

Tabla 19. *Estado de resultados* 93

Tabla 20. *Estado de flujo efectivo* 94

Tabla 21. *Resumen de flujo de caja* 95

Tabla 22. *Resultados del VAN y TIR* 95

Índice de Figuras

Figura 1. *Matriz FODA* 35

Figura 2. *Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)*..... **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 3. *Indicadores* 38

Figura 4. *Diagrama*..... 39

Figura 5. *Mapa de experiencia del estudiante* 51

Resumen Ejecutivo

Arsen Gym es un proyecto innovador orientado a transformar la experiencia de los gimnasios en el distrito de San Juan de Lurigancho, Lima, Perú, mediante la integración de un servicio de guardería dentro de sus instalaciones. La propuesta surge como respuesta a una necesidad identificada en padres y madres jóvenes que desean realizar actividad física sin descuidar el cuidado de sus hijos, permitiendo una adecuada conciliación entre la vida familiar y personal. El proyecto está dirigido a adultos de 18 a 50 años pertenecientes a los niveles socioeconómicos C y D. El estudio de mercado evidenció un creciente interés por el bienestar físico y hábitos de vida saludable, así como una demanda insatisfecha de servicios diferenciados que ofrezcan valor agregado frente a los gimnasios tradicionales. La inversión inicial total asciende a S/ 344,685, mientras que las ventas proyectadas alcanzan S/ 972,000 en el primer año, con un crecimiento progresivo hasta S/ 2,130,247 en el quinto año, impulsado por el aumento de la demanda y el ajuste de precios. El punto de equilibrio se sitúa en S/ 304,228, equivalente a 5,070 membresías anuales, cifra ampliamente superada por la demanda estimada de 16,200 membresías en el primer año. La evaluación financiera muestra resultados altamente favorables, con un VAN Económico de S/ 1,429,427, un VAN Financiero de S/ 2,045,252, un TIR Económico de 113% y un TIR Financiero de 171%, concluyéndose que Arsen Gym es un proyecto rentable, sostenible y viable, con una clara ventaja competitiva en el mercado local.

Palabras clave: gimnasio con guardería; innovación; bienestar familiar; San Juan de Lurigancho.