



UNIVERSIDAD
MARCELINO CHAMPAGNAT
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CONTABILIDAD

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

TÍTULO:

Implementación de una escuela de Box y
Muaythai para jóvenes de 13 a 39 años en
Santiago de Surco

AUTOR / AUTORA:

IGREDA CHUQUIMANI, Alvaro Salvador

ASESOR:

RIVERA VÁSQUEZ, Gustavo
ORCID: 000-0002-1723-4618

PARA OPTAR AL
TÍTULO PROFESIONAL DE:

Contador Público



Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Permite descargar la obra y compartirla, pero no permite ni su modificación ni usos comerciales de ella.



UNIVERSIDAD MARCELINO CHAMPAGNAT

ACTA DE APROBACIÓN PROGRAMA DE ACOMPAÑAMIENTO PARA LA TITULACIÓN - PAT

Ante el Jurado conformado por los docentes:

PRESIDENTE: Nicanor Marcial COLONIA VALENZUELA

VOCAL: Milagros ZEVALLOS LUGO

SECRETARIO: Guillermo Alfonso CASA FRANCA GARCIA


Alvaro Salvador IGREDA CHUQUIMANI, Bachiller en CONTABILIDAD, ha sustentado su Trabajo Académico de Suficiencia Profesional, titulado “ Implementación de una escuela de Box y Muay Thai para jóvenes de 13 a 39 años en Santiago de Surco.”, para obtener el Título Profesional de CONTADOR PÚBLICO.

El Jurado después de haber deliberado sobre la calidad de la sustentación y del Trabajo Académico de Suficiencia Profesional, acordó declarar al Bachiller en CONTABILIDAD:

CÓDIGO	APELLIDOS Y NOMBRES	RESULTADO
75393371	IGREDA CHUQUIMANI, Alvaro Salvador	APROBADO POR MAYORÍA

Concluido el acto de sustentación, el Presidente del Jurado levantó la Sesión Académica.

Santiago de Surco, 05 de mayo de 2021


PRESIDENTE


VOCAL


SECRETARIO

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mi familia por todo el apoyo que me dieron en todo momento. A mis padres por la fuerza que me dieron y que fueron fundamentales para mi crecimiento personal y profesional.

Agradecimiento

Agradecer a todas las personas que fueron parte de este gran camino, y que continuarán siéndolo. A la institución que fui parte, compañeros, profesores, y todas las personas que estuvieron a mi lado.

A mis padres, mis hermanos, mi familia, mis amigos y a todos...

Índice

1.	Marco teórico	10
1.1.	Contexto del mercado	14
1.2.	Antecedentes Nacionales	15
1.3.	Antecedentes Internacionales	16
2.	Oportunidad y justificación.....	17
3.	Modelo de negocio	20
3.1.	Propuesta de valor	21
3.2.	Relación con clientes	21
3.3.	Canales	21
3.4.	Segmentación de Mercado	21
3.5.	Actividades Clave	21
3.6.	Recursos Clave	22
3.7.	Socios Clave	22
3.8.	Estructura de costos	22
3.9.	Fuente de Ingreso	22
4.	Factores críticos de éxito	22
4.1.	Personal Capacitado	22
4.2.	Instalación	23
4.3.	Publicidad	23
5.	Componentes estratégicos	23
5.1.	Misión	23
5.2.	Visión	23
5.3.	Valores	23
6.	Objetivos	23
6.1.	Objetivo General	23
6.2.	Objetivo Específico	24
7.	Planeamiento Societario y sectorial	24
7.1.	Planeamiento Societario	24
7.2.	Constitución	24
8.	Planeamiento Tributario	25
8.1.	Comprobantes de Pago	25
8.2.	Impuesto a la Renta	25
8.3.	Impuesto General a las Ventas	25
8.4.	Régimen Laboral	26
9.	Conocimiento del Mercado	27
9.1.	Análisis	27
9.1.1	PESTEL	27
9.1.2	Cinco fuerzas de PORTER	30
9.1.3	Dimensionamiento del Mercado	31

9.2. Investigación de mercado	32
9.2.1. Objetivos del estudio	32
9.2.2. Diseño metodológico del estudio	33
9.2.3. Población, muestra y unidad de muestreo	33
9.2.4. Hallazgos y limitaciones del estudio	35
9.2.5. Conclusiones de investigación	37
9.3. Propuesta estratégica del Modelo de Negocio	37
9.3.1. Estrategia del marketing mix	37
9.3.2. Estrategia de posicionamiento	54
9.3.3. Indicadores de gestión del plan de marketing (KPI)	54
10. Operaciones	56
10.1. Mapa de procesos	56
10.1.1 Determinación procesos estratégicos	56
10.1.2 Determinación procesos operativos	56
10.1.3 Determinación procesos de soporte	57
10.2. Definición de estándares de calidad	59
10.2.1. Métodos y sistemas de verificación	59
10.3. Gestión de recursos humanos	60
10.3.1. Determinación de puestos, funciones y competencias	60
10.3.2. Propuesta de evaluación de desempeño del personal	65
11. Plan de implementación	65
11.1. Descripción de tareas	65
11.2. Cronograma de tareas	66
12. Valorización de la propuesta	66
12.1. Presupuesto de ventas	66
12.2. Definición de la estructura de costos del servicio	67
12.3. Costeo estándar del servicio	67
12.4. Presupuesto de gastos operativos	67
12.5. Punto de equilibrio	68
12.6. Cálculo del WACC	69
12.7. Flujo de caja libre	70
12.8. Escenarios	70
12.9. VAN, TIR	71
13. Conclusiones	72
14. Recomendaciones	72
15. Referencias	72

Índice de Figuras

Figura 1 Clases virtuales escuela PFC	78
Figura 2 La escuela de boxeo	78
Figura 3 Horario de clases	79
Figura 4 Logo Knock Out Gloves	38
Figura 5 Niveles de Servicio	42
Figura 6 Horario de clases virtuales	79
Figura 7 Ingreso Promedio por Nivel Socioeconómico	80
Figura 8 Perfil en Facebook Knock Out Gloves	47
Figura 9 Volante Knock Out Gloves	47
Figura 10 Lay Out escuela Knock Out Gloves	48
Figura 11 Página web Knock Out Gloves	49
Figura 12 Instagram Knock Out Gloves	49
Figura 13 Publicidad de membresías	52
Figura 14 Entrenamientos virtuales	53
Figura 15 Mapa de procesos	56
Figura 16 Flujograma	58
Figura 17 Organigrama	60

Índice de Tablas

Tabla 1 Federaciones deportivas relacionadas al deporte de contacto	81
Tabla 2 Canvas	20
Tabla 3 Producto Bruto Interno	81
Tabla 4 Crédito al sector privado de las sociedades creadoras de depósito	82
Tabla 5 Población Estimada y Proyectada por sexo	82
Tabla 6 Análisis de Mercado	83
Tabla 7 Demanda en soles de clientes	83
Tabla 8 Cálculo de precios y proyección de ventas	83
Tabla 9 Población y hogares según departamento y provincias	84
Tabla 10 Población y hogares según distritos	84
Tabla 11 Población por segmento de edad	84
Tabla 12 Población por segmento de edad (13-39)	85
Tabla 13 Población por segmento de edad y nivel socioeconómico	85
Tabla 14 Indicadores de gestión	55
Tabla 15 Presupuesto de ventas	67
Tabla 16 Costo del servicio	67
Tabla 17 Costo estándar del servicio	67
Tabla 18 Gastos administrativos	67
Tabla 19 Gastos de venta	68
Tabla 20 Punto de equilibrio	68
Tabla 21 Calculo del WACC	69
Tabla 22 Flujo de caja	70
Tabla 23 Escenarios – Precio	70
Tabla 24 Escenarios – Clases	70
Tabla 25 Escenarios – Precio	71
Tabla 26 Escenarios – Precio	71
Tabla 27 Calculo VAN y TIR	71

Índice de Anexo

Anexo 1 Modelo guía de pautas para Focus group	87
Anexo 2 Focus Group	90
Anexo 3 Cuestionario	103
Anexo 4 Resultados de la encuesta	111
Anexo 5 Entrevista a experto	125
Anexo 6 Evaluación de desempeño sin personal a cargo	129
Anexo 7 Evaluación de desempeño con personal a cargo	130
Anexo 8 Diagrama de Gantt	131
Anexo 9 Costo de publicidad por redes sociales	132

Resumen Ejecutivo

El presente plan de negocios es una escuela de artes marciales donde se brindará el entrenamiento de boxeo y muay thai en Santiago de Surco, mediante la empresa Knock Out Gloves. La difusión de las artes marciales en los últimos años ha sido un boom en el Perú, haciendo crecer su popularidad y generando un mayor público que incrementa este mercado y una oportunidad de negocio a su vez.

En la actualidad, existen diferentes representantes nacionales del box y muay thai que han participado y ganado competencias en el extranjero. Así mismo, la Federación Deportiva Peruana de Muaythai (FDPM), debido a la pandemia iniciada el 15 marzo del 2020, anunciaron sus entrenamientos virtuales por zoom, puesto que existen muchos pedidos por la población por entrenar en casa, así lo manifestó Rodrigo Jorquera, director técnico de la selección nacional de Muaythai.

Es importante señalar que utilizaremos estrategias para captar clientes y alumnos que puedan practicar este deporte con la protección necesaria, brindando modalidades de enseñanza del box y Muaythai dada la coyuntura. Además, se usarán muchas opciones de marketing como publicidad por redes sociales, página web, promociones para los alumnos y clientes.

La empresa determinó una inversión inicial de S/ 52,062, que en su mayoría son los activos que permitirán el negocio en marcha de la escuela. Esta inversión será recuperada en el sexto año de acuerdo a la tabla 22 del flujo de caja libre.

Los resultados de esta investigación y de acuerdo a los informes financieros se obtiene un VAN de S/268,107 y una TIR de 40%. Con esta información se concluye que el presente plan de negocios es viable y se recomienda ponerlo en marcha.

Implementación de una escuela de Box y Muaythai para jóvenes de 13 a 39 años en Santiago de Surco

1. Marco teórico

En muchas ocasiones, las personas han tratado de buscar un entrenamiento eficiente donde pueda liberar la fatiga, el estrés, y exceso de energía.

Ahora bien, a partir de las demandas sociales que existen, la principal tarea para consolidar un proyecto deportivo es la gestión eficaz que se debe tener para lograr el éxito. Los principales factores para alcanzar una gestión eficiente se manifiestan desde la visión y misión, el plan estratégico de la compañía y el logro de las metas planteadas (EFDEPORTES, 2013).

Sánchez (2005) esboza que el concepto de gestionar proyectos deportivos encierra un conjunto de dimensiones que incluyen estrategias y medios para alcanzar los objetivos de la organización. Con esta mirada la gestión se entiende de manera integral considerándola como una competencia concatenada sistémicamente; ya que, como sistema, la gestión presenta un conjunto de dimensiones interrelacionadas, objetivos, estrategias, prácticas directivas, estructura y organización; métodos, instrumentos y herramientas, cultura y personalidad. Por ello, todo gestor deportivo debe tener claro estos conceptos para lograr llegar a la meta de su gestión.

En ese sentido las responsabilidades administrativas deben ser más racionales, y ser capaz de:

- Planificar, organizar, dirigir, y evaluar las actividades físico-deportivas.
- Tomar decisiones en asuntos pertinente a este universo
- Dirigir labores administrativas

- Manejar técnicas contables

Como menciona Olivos (2014), en su investigación para implementar una red de academias de artes marciales mixtas y deportes de contacto en Lima Metropolitana, existe una oportunidad de negocio en el consumo de servicios de bienestar personal. Así mismo, señalan que las zonas ideales para la implementación de academias de artes marciales son Lima Este, Lima Norte y Lima Moderna, donde esta última zona se encuentra nuestro distrito donde se implementara la escuela de box y muay thai.

Así mismo, G. Chávez y A. Palomino (2019), señalaron en su investigación acerca de los negocios crossfit que la Asociación Internacional de Clubes para la salud, Juegos de Raqueta y de Deporte (IHRSA, por sus siglas en inglés) en su reporte global logró alcanzar un estimado de \$ 81.1 mil millones de dólares americanos durante el 2016 en los negocios fitness. En consecuencia, se distingue un panorama favorable para reforzar propuestas de negocio en un mercado donde ya existen diversas ofertas deportivas.

Conceptos teóricos

Box

Esta disciplina consiste en el enfrentamiento entre dos púgiles utilizando sus puños cubiertos con guantes acolchonados, en un cuadrilátero por un número determinado de asaltos. El objetivo es derribar al oponente hasta que no pueda continuar o acumular la mayor cantidad de puntos dentro de un cuadrilátero (ring).

Así mismo, el boxeo se divide en 11 divisiones de peso, para hacer el combate más justo y que lo primordial sea la habilidad del deportista, que va desde mini mosca (-48kg) a peso medio (64-69kg) hasta super pesados (91kg +).

Por otro lado, las categorías de edades se distribuyen de la siguiente manera: cadete (7-14), juniors (15-16), juvenil (17-18), elite (19-40). (AIBA, 2014)

Muay Thai

El Muaythai es un arte marcial proveniente de Tailandia, que utiliza agarres, puños, codos, rodillas y canillas para derrotar al oponente. El muay thai se hizo reconocido mundialmente en 1930 al internacionalizarse los combatientes tailandeses y competir con otras disciplinas de combate.

Las competiciones internacionales están regidas por categorías de peso que varían desde 48Kg (Mini peso mosca) hasta más de 95 Kg (Super pesos pesados), las competiciones más frecuentes son la de los pesos ligeros. En cuanto a categorías de edades son: escolares (10-11), cadetes (12-14), Juniors (15-17), sub 21 (18 - 20) y mayores (21 a más). (IFMA, 2013)

Marco legal

Para nuestro negocio nos apoyaremos en las siguientes leyes:

- Ley General de Sociedades N°26887

Artículo 1 La Sociedad

“Quienes constituyen la Sociedad convienen en aportar bienes o servicios para el ejercicio en común de actividades económicas”.

Artículo 9 Denominación y Razón Social

Podrá adoptar cualquier denominación, está pudiendo ser abreviada, o razón social de acuerdo a su forma societaria. Además, no puede utilizar una denominación o Razón preexistente.

Artículo 51 Capital y Responsabilidad de los socios

“...representado por acciones nominativas y se integran por aportes de los accionistas...”

- Ley N°28976 Marco de Licencia de Funcionamiento

Artículo 3 Licencia de Funcionamiento

Autorización que otorgan las municipalidades para el desarrollo de actividades

económicas en un establecimiento determinado, en favor del titular de las mismas.

Artículo 10 Autorización conjunta

La municipalidad podrá autorizar la instalación de toldos y/o anuncios, así como la utilización de la vía pública en lugares permitidos, conjuntamente con la expedición de la licencia de funcionamiento, para lo cual deberá aprobar las disposiciones correspondientes.

- Ley N°29733 Ley de Protección de Datos Personales.

Garantiza el derecho fundamental a la protección de los datos personales.

Artículo 3 Ámbito de aplicación

La presente Ley es de aplicación a los datos personales contenidos o destinados a ser contenidos en bancos de datos personales de administración pública y de administración privada, cuyo tratamiento se realiza en el territorio nacional.

- Ley N°29571 Código de Protección y Defensa del Consumidor

Artículo 1 Derechos del consumidor: El consumidor tiene como derecho una protección eficaz, acceder a información oportuna, a la protección de sus intereses económicos, trato justo, reparación y reposición del producto, elegir libremente entre productos, etc.

Artículo 2 Información relevante: Como proveedores, tenemos la obligación de brindar a nuestros clientes toda la información relevante y necesaria para tomar una decisión a la hora de la compra.

Artículo 150 Libro de reclamaciones: Así como establece la ley, los locales comerciales deben contar con un libro de reclamaciones, ya sea física o virtual, que les permita a los clientes expresar su insatisfacción en caso lo hubiese.

- Ley N°28015 Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa.

Artículo 1 Tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y

desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad.

- Decreto Legislativo N°295 del Código Civil

Capítulo quinto. Subarrendamiento

Artículo 1692 Definición

El subarrendamiento es el arrendamiento total o parcial del bien arrendado que celebra el arrendatario en favor de un tercero, a cambio de una renta, con asentimiento escrito del arrendador.

1.1 Contexto del mercado

Existe un gran auge en la industria de los deportes de contacto, entrenamientos funcionales, crossfit, etc. donde las personas están más informadas sobre las tendencias que hay en el mundo. Esto es muy alentador para los empresarios y profesores con larga experiencia como Miguel Blanco, Jesús Lezama, quienes en una entrevista al diario Gestión indicaron que “los clientes quieren que el entrenamiento sea dinámico, entretenido y, sobre todo, que dé resultados”.

Debido a eso, este proyecto lo que busca es generar nuevas alternativas donde el cliente pueda obtener sus objetivos mediante entrenamientos donde podrá realizar ejercicios completos y dinámicos, así mismo, vemos con buenos ojos que estos tipos de escuelas de entrenamiento en el Perú está aumentando, sin embargo, solo en el distrito de Santiago de Surco hay 4 escuelas de boxeo las cuales son:

- Brooklyn Fitboxing La Encalada

Ubicación: Avenida de, Av. La Encalada 1090, Santiago de Surco 15023

Teléfono: +51 977355693

Web: <https://www.brooklynfitboxing.com/public/es/es-es/own-a-franchise>

- Effectus Boxing workouts

Ubicación: Av. Cnel. Reynaldo Vivanco 403, Santiago de Surco 15039

Teléfono: +51 983434760

Web: <https://effectusperu.com/>

- Escuela de Campeones F-14

Ubicación: Zodíaco 459, Santiago de Surco 15038

Teléfono: 01 2603581

Web: <https://www.muaythaiperu.com/html/escuela-f-14/locales.php>

- Perú Fighting Center

Ubicación: Urbanización Los Parrales, Jr. Jirón Guardia Civil Norte 625,
Santiago de Surco 15038

Teléfono: 01 7750980

Web: <https://www.perufightingcenter.com/>

En el Perú, el Instituto Peruano del Deporte (IPD) es la institución reguladora del Sistema Deportivo Nacional, el cual formula la política deportiva para organismos que promueven el desarrollo del deporte competitivo y recreativo.

A nivel nacional, el Perú cuenta con ocho Federaciones Deportivas que se encuentran relacionadas al deporte de contacto y artes marciales. En la tabla N°1 se muestran las Federaciones Deportivas Nacionales relacionadas al deporte de contacto.

1.2 Antecedentes Nacionales

El Instituto Peruano del Deporte realizó el Plan Nacional del Deporte 2011-2030, en este documento se indica el mínimo apoyo a la promoción del deporte por parte del sector privado. Es por ello que los deportes de bajo presupuesto e inversión obtienen resultados positivos para el país. Un claro ejemplo de esto es el desempeño en los Panamericanos

Juveniles de Ingrid Aranda y Leonardo Sánchez, quienes obtuvieron la medalla de oro en Karate y Kung fu respectivamente.

Los deportes de contacto en la actualidad son practicados con el fin de atribuir y desarrollar positivamente valores de manera global en aspectos como educación, bienestar, salud y calidad de vida.

Además, en Lima este tipo de negocios de deportes de contacto ha tenido un gran crecimiento y popularidad. Hoy en día todas las escuelas realizan sus enseñanzas en la modalidad online dado la coyuntura del Covid-19. Un claro ejemplo es la escuela Perú Fighting Center, ubicado en San Juan de Miraflores que tiene 10 años de experiencia en el mercado y actualmente se encuentran brindando sus servicios de manera virtual por la aplicación Zoom. Dicha escuela es una sociedad comercial de responsabilidad limitada de acuerdo a ley N°26887, ley general de sociedades.

1.3 Antecedentes Internacionales

Según la Organización de Naciones Unidas, en los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), donde participaron líderes mundiales del sector privado y sociedad civil, destacaron la importancia de mejorar las condiciones de vida para la gente, es allí donde el deporte es muy importante ya que brinda oportunidad de inclusión social y moral para cualquier Nación.

Así mismo, la Organización Mundial de la Salud (OMS), mencionó que el deporte brinda beneficios en la salud a todas las personas que lo practiquen, sin distinción de género, edad o condición.

De la búsqueda realizada, se pudo encontrar un trabajo de investigación de la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador que explica acerca de los deportes de combate en estudiantes y su incidencia en el control emocional como parte de su crecimiento

personal. Cerón (2014), señala que la actividad deportiva debe basarse no solo en el aprendizaje de las técnicas, táctica o el beneficio que aportan, sino de transmitir una serie de valores propios que le ayude a formarse como persona, por encima de las creencias e ideologías que puedan ser inmersos. Con ese propósito, en Ecuador buscan desarrollar hábitos y habilidades para tener una perfecta condición física y rasgos positivos en la personalidad del estudiante.

De esta manera, la práctica del deporte es favorable tanto como para las personas que lo practican como para las personas que promueven su desarrollo. El boxeo, boxeo tailandés (Muay thai), como otras artes marciales son reconocidas mundialmente como deporte en el Comité Olímpico Internacional, ya que está compuesto por técnicas antiguas y modernas, originarias del Oriente principalmente, además, por sus características de defensa personal, acondicionamiento físico y conjunto de técnicas de combate en situaciones de lucha.

Así mismo, existe una escuela de boxeo en España, Tetuán donde Jero García, exboxeador profesional y fundador de 'Fundación Jero', abre su propio gimnasio en la década del 2000 trabajando con chicos y chicas con parálisis cerebral, síndrome de Asperger, jóvenes víctimas del bullying, abuso sexual, violencia de género, etc.

Donde luego del confinamiento iniciado el 15 de marzo, volvieron a abrir la escuela e inaugurando una nueva escuela en Madrid con todas las indicaciones sanitarias.

En la figura 2, al 18 de Setiembre del 2020, el exboxeador y entrenador Jero García continúa con las clases de boxeo en la Escuela Boxeo en Madrid con las respectivas medidas sanitarias.

2. Oportunidad y justificación

Durante los últimos años ha habido un crecimiento en difundir, practicar y enseñar los deportes de contacto y artes marciales relativamente modernas a diferencia de las artes marciales tradicionales como el Karate, Judo, Tae Kwon Do, etc.

Este fenómeno inició durante el 2001 en una organización de Artes Marciales Mixtas llamada Ultimate Fighting Championship (UFC), fue comprada por Frank Fertitta III y Lorenzo Fertitta al valor de dos millones de dólares americanos, desde ese momento empezó a ser manejada por ZUFFA LLC, la cual es una compañía privada de ambos hermanos, convirtiéndose en lo que actualmente es la organización líder mundial en este tipo de eventos. La UFC se dedica a promover el deporte en todos los países mediante programas de televisión, franquicias de gimnasios, productos, exposiciones, etc. En el caso del box, existen 4 organismos mundiales la Asociación Mundial de boxeo (AMB/WBA por sus siglas en inglés, tiene 99 años), el Consejo Mundial de Boxeo (CMB/WBC, tiene 57 años), la Federación Internacional de Boxeo (FIB/IBF, 37 años), la Organización Mundial de Boxeo (OMB/WBO, 32 años) y la Federación Internacional de Boxeo de Mujeres (IWBF por sus siglas en inglés, tiene 20 años).

Gracias al avance de este deporte en Estados Unidos, ha tenido una gran llegada en nuestro país, por esa razón es que en la actualidad se ha planeado el desarrollo de promover este deporte mediante empresas y organizaciones dedicadas a este sector que organizan eventos como INKA FC, WARRIORS, PERU FIGHTING CHAMPIONSHIP, FFC, etc. Existen federaciones deportivas con años de creación dedicados a la práctica y desarrollo de las artes marciales, a su vez, existen academias en etapa de crecimiento que brindan servicios de las artes marciales modernas, las cuales necesitan una preparación, innovación y estrategias acerca de la calidad del servicio.

A consecuencia de generar una idea de negocio novedosa, de calidad en la mejora física, emocional y mental nace la idea de implementar una academia de box y muay thai (boxeo

tailandés) con profesores altamente calificados, fortaleciendo valores y el control emocional.

3. Modelo de negocio

TABLA N°2

CANVAS				
Socios Clave <ul style="list-style-type: none"> - Inversionistas - Profesores certificados. - Proveedores de los productos de entrenamiento. - Federaciones deportivas. 	Actividades Clave <ul style="list-style-type: none"> - Selección de profesores calificados. - Eventos de actualización formativa. - Publicidad en Redes Sociales. 	Propuesta de Valor <p>En Knock Out Gloves buscamos mejorar la condición física, emocional y mental del público objetivo. Promoviendo y desarrollando las prácticas deportivas en el país, con enfoque en el deporte de contacto como el box y muay thai (boxeo tailandés) con la participación de entrenadores certificados.</p>	Relaciones con clientes <ul style="list-style-type: none"> - Concursos navideños (donde se regalen guantes, bucales, vendas) con clientes con más de un mes de participación. - Realizar viajes con el fin de confraternizar. - Promociones especiales a universitarios, bomberos, policías. - Organizar competencias internas cada semana entre los interesados. 	Segmentos de Mercado <p>Nuestro servicio está enfocado en hombres y mujeres de 13 a 39 años que desean realizar deporte promoviendo su salud física y mental y aprender técnicas de combate cuerpo a cuerpo.</p> <p>Nivel socioeconómico B y C.</p> <p>Ubicados en el distrito de Santiago de Surco aledaños a Barranco, Miraflores, Surquillo.</p>
	Recursos Clave <ul style="list-style-type: none"> - Instructores deportivos - Local apropiado y equipado (cuadrilátero, distintos sacos de box, set de barras, armario) - Profesores certificados - Horarios flexibles 		Canales <p>Nos enfocaremos especialmente en redes sociales, marketing boca a boca, página web de la empresa.</p>	
Estructura de costos <p>Costo fijo. – Alquiler, mantenimiento y limpieza del local, planilla, servicios públicos, luz y agua</p>			Fuentes de Ingreso <p>Pagos mensuales, semestrales y anuales. Ingreso por subarrendamiento.</p>	

Fuente: Elaboración Propio

3.1 Propuesta de Valor

En Knock Out Gloves brindaremos un entrenamiento de box y boxeo tailandés de calidad con técnicas y con un seguimiento constante a lado de un equipo de entrenadores para que nuestros alumnos puedan alcanzar sus objetivos con el fin de desarrollar el bienestar emocional, mental y físico.

3.2 Relación con clientes

Mantener una confianza con nuestros clientes con una comunicación directa, detallando los resultados semanal y mensualmente de sus entrenamientos de acuerdo al objetivo de cada alumno. Además, se organizarán viajes de confraternidad con los alumnos y nuestro equipo de entrenadores al interior del país con el fin de incentivar la integración. Así mismo, tendremos promociones, topes internos cada semana, y sorteos a fin de año.

3.3 Canales

Distribuiremos nuestros servicios mediante Facebook, Instagram y la Página web de la academia, las cuales son las Redes Sociales más usadas de nuestros usuarios. Además, brindaremos exhibiciones del servicio en universidades y colegios.

3.4 Segmentación de Mercado

Nuestro servicio está enfocado en hombres y mujeres de 13 a 39 años de edad que residen en el distrito de Santiago de Surco, ya que según ENDES es uno de los distritos de Lima Metropolitana con mayor porcentaje de sobrepeso (39,4%); ubicados en el nivel socioeconómico B y C, el cual representa el 67.1% en Lima Metropolitana (APEIM, 2019).

La academia estará ubicada en el distrito de Santiago de Surco, aldaño a los distritos de Barranco, Miraflores y Surquillo.

3.5 Actividades Clave

Desarrollaremos nuestras clases de box y muay thai con el fin de incentivar el control emocional, fortalecer valores y fundamentalmente reducir el sobrepeso. Seremos partícipes

de las actualizaciones formativas brindadas por las Federaciones o Instituciones deportivas de nuestro país como feedback para nuestros entrenadores. Se realizará una publicidad activa por las redes sociales mediante fotos y videos de los entrenamientos que se brindarán para que nuestros clientes se enteren de nuestras actualizaciones.

Contaremos con profesores altamente capacitados y con larga experiencia que nos diferenciará de las demás escuelas de artes marciales.

3.6 Recursos Clave

Nuestro equipo de colaboradores es un factor muy importante para el desarrollo de la academia, es por eso que enfatizamos en personal altamente calificados y con experiencia en el rubro. Además, será muy importante el local equipado y apropiado para el desarrollo de las clases de manera segura y adecuada.

3.7 Socios Clave

Tendremos una relación con centro deportivos de alto rendimiento, federaciones para difundir nuestros servicios. Realizaremos convenios con universidades y colegios. Por último, mantener una fuerte relación con el equipo de entrenadores y personal de la academia la cual será el eje de la academia.

3.8 Estructura de costos

Costos Fijos: alquiler, mantenimiento y limpieza del local, planilla, servicios públicos, servicios básicos (luz y agua).

3.9 Fuente de Ingreso

Los ingresos básicamente serán por nuestras clases, la venta de productos y accesorios distintivos de la academia y por subarrendamiento.

4. Factores críticos de éxito

4.1 Personal Capacitado

Al brindar un servicio de alto nivel, estamos en la obligación de contar con los mejores entrenadores del medio competitivo y con personal altamente capacitados. Es importante mantener una formación continua para el desarrollo de nuestros alumnos en los servicios a brindar.

4.2 Instalación

Contaremos con un ambiente seguro, cómodo, con una calidad en equipos de entrenamiento y con los protocolos que exige el estado debido a la coyuntura del covid19 donde el alumno se sentirá en confianza para realizar los entrenamientos sin ninguna restricción.

4.3. Publicidad

Este factor es vital debido a que ayudará a posicionar la marca, atraer clientes, y dar a conocer los beneficios de nuestros servicios que brindaremos, mediante las redes sociales, marketing boca a boca, flyers, etc.

5. Componentes estratégicos (Visión, Misión, valores)

5.1 Misión

Utilizar una enseñanza de calidad, donde el alumno fortalezca sus valores, disciplina y educación en los deportes de contacto.

5.2 Visión

Ser la academia en el Perú con un alto nivel de calidad en profesores, equipos de entrenamiento y un exclusivo nivel de enseñanza.

5.3 Valores

Respeto, disciplina, perseverancia, sacrificio, deportividad y equilibrio.

6. Objetivos

6.1. Objetivo General

Brindar un servicio innovador del deporte de contacto en el distrito de Santiago de Surco incrementando el conocimiento de este deporte para reforzar la salud física y control emocional

en las personas. Posicionar la empresa a un 80% en el distrito de Surco.

6.2. Objetivo Específico

- Incrementar el segmento de clientes a un 50% anual.
- Desarrollar beneficios en la persona mediante el entrenamiento del combate cuerpo a cuerpo de manera ordenada.
- Garantizar una eficiencia del 25% en nuestro servicio, infraestructura y mobiliario mensualmente.
- Alcanzar una participación de mercado (crecimiento de estudiantes) del 2% anual.
- Obtener los objetivos señalados en un periodo de 3 años.
- Implementar más disciplinas deportivas de artes marciales a largo plazo.

7. Planeamiento Societario y sectorial

7.1. Planeamiento Societario

La elección del tipo de sociedad que implementaremos será una pieza fundamental para el desarrollo del negocio. En la Ley N°26887, Ley General de Sociedades, aparecen las Sociedades Anónimas, Abierta y Cerrada, la Sociedad de Responsabilidad Limitada y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada, las cuales los participantes son los responsables por el monto contribuido en el Capital Social.

El tipo de sociedad que se ha escogido para la empresa es de Sociedad Anónima Cerrada, donde el capital social está representado por acciones pagadas por los socios.

7.2. Constitución

Los procedimientos para la constitución e inscripción de la empresa serán los siguientes:

- Búsqueda y reserva de nombre en Registros públicos
- Elaborar acto constitutivo (Minuta), consta del pacto social y estatutos
- Abono de capital y bienes
- Elaboración de escritura pública

- Inscripción en registros públicos
- Inscripción al RUC para persona jurídica
- Legislación de libros contables

8. Planeamiento Tributario

En el Perú existen cuatro regímenes tributarios: Régimen General del Impuesto a la Renta, Régimen Especial del Impuesto a la Renta – RER, Régimen MYPE Tributario y Nuevo Régimen Único Simplificado – NRUS.

En nuestro caso, estaremos dentro del régimen de renta MYPE Tributario, el cual está dirigido a personas naturales y jurídicas que generen rentas de tercera categoría y cuyos ingresos netos no superen los 1,700 UIT.

8.1. Comprobantes de Pago

- Compras: Cada adquisición que se realice se pedirá factura, tickets donde se remita el número de RUC, nombre de la empresa y el monto de la compra.
- Ventas: En cada transacción entregaremos factura, boleta de venta o ticket que requiera el cliente.
- Otros: Se emitirán notas de crédito, débito o guías de remisión sea el caso.

8.2. Impuesto a la Renta

Por el servicio que brindaremos, los pagos mensuales se realizan por pagos a cuenta. El 1% de los ingresos obtenidos en el mes en el caso se perciban hasta 300 UIT de ingresos netos anuales y el 1.5% o el coeficiente que resulta mayor de los ingresos anuales en caso estos superen los 300 UIT hasta los 1700.

Anualmente se regulariza mediante la Declaración Jurada Anual, el impuesto será del 29.50% de la utilidad neta.

8.3. Impuesto General a las Ventas

Este impuesto grava cada transacción que se realiza durante la actividad económica. El

impuesto asignado asumido por el consumidor final será el 18%.

8.4. Régimen Laboral

Nos encontraremos en el Régimen laboral MYPE, el cual se establecen dos categorías:

- Pequeña empresa: Hasta 1700 UIT
- Microempresa: Hasta 150 UIT

Cada Unidad Impositiva Tributaria (UIT) 2020 es S/4,300. La empresa se ubicará en la categoría de pequeña empresa la cual tiene los siguientes beneficios:

- El trabajador tiene como derecho a percibir el sueldo mínimo vital (S/. 930.00)
- La jornada de trabajo es de 8 horas diarias o 48 horas semanales.
- El descanso semanal obligatorio es de veinticuatro horas mínimo.
- El descanso vacacional es de 15 días por año laborado.
- La Indemnización por despido arbitrario es equivalente a 20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de ciento veinte remuneraciones diarias.
- La Afiliación obligatoria de Essalud, equivalente al 9% de la remuneración, esta es aportada íntegramente por el empleador.
- Los trabajadores deben afiliarse al sistema de pensiones ya sea al AFP u ONP
- La Compensación por tiempo de servicios (CTS) es equivalente a quince remuneraciones diarias por año completo de servicios, hasta alcanzar un máximo de noventa remuneraciones diarias.
- Los trabajadores tienen derecho a percibir dos gratificaciones al año en Fiestas Patrias y Navidad, cada una de ellas equivalente a media remuneración.
- Los trabajadores tienen derecho a participar en las utilidades.

9. Conocimiento del Mercado

9.1. Análisis

9.1.1. PESTEL

- Político – Legal

En la actualidad, las actividades físicas son reguladas por el Instituto Peruano del Deporte en organizaciones públicas y privadas.

La ley N°29544, Ley que modifica artículos de la Ley N°28036, Ley de promoción y desarrollo del deporte. El artículo 2 define el deporte como una actividad física que se promueve como un factor importante para la recreación, la mejora de la salud, la renovación y desarrollo de las potencialidades físicas, mentales y espirituales del ser humano mediante la participación y sana competencia en todas sus disciplinas deportivas y recreativas.

Los deportes de contacto como el boxeo y boxeo tailandés deben preservar la integridad de las personas en su totalidad, por esa razón se debe estar regulado por las leyes de Salud Pública. Ley N°26842, Ley General de Salud, dispone que la salud:

- I. La salud es condición indispensable del desarrollo humano y medio fundamental para alcanzar el bienestar individual y colectivo.
- II. La protección de la salud es de interés público. Por tanto, es responsabilidad del Estado regularla, vigilarla y promoverla.

Al respecto, el Estado está atento al crecimiento de la educación deportiva, generando un valor al desarrollo del presente proyecto promoviendo la actividad física y educacional para generar un bienestar en los jóvenes y adultos.

- Económico

Debido a la pandemia provocada por el COVID-19 ha ocasionado efectos en la salud de las personas de distinta clase social y a su vez, a la actividad económica mundial.

Esto se ve reflejado en el PBI del primer trimestre del año 2020, a precios constantes de 2007, donde se registró una disminución de -3.4%, dado por la contracción de la demanda interna (-1.8%) y el comportamiento negativo de las exportaciones (-10.1%).

En la tabla N°3, el Instituto Nacional de Estadística e Informática consideró en otros servicios un crecimiento de 2.7% respecto al año anterior, esto debido a los servicios de salud y educación pública y privada.

Así mismo, un indicador a considerar es el índice de crecimiento en los créditos al sector privado, el cual es favorable para las actividades orientadas a mejorar el bienestar y calidad de vida mediante el deporte.

En la tabla N°4 se aprecia el crecimiento de los créditos que señalan un crecimiento sólido y que logrará un avance firme y favorable frente a la coyuntura nacional y a la consolidación de las economías.

- Social

Los estilos de vida actualmente están cambiando mucho para prevenir de enfermedades como del Covid-19. Así mismo, existen otros ámbitos que siguen en crecimiento como la cantidad poblacional, la inseguridad ciudadana, drogadicción, dificultades en el aprendizaje estudiantil, igualdad de género, etc. donde realizar alguna actividad física supone una alternativa de solución ante estos hechos.

Según un estudio realizado por INEI, hubo 4,154 delitos en el distrito de Santiago de Surco en el año 2019, el cual el 2.29% fue por delitos contra la seguridad pública.

En la tabla 5 se aprecia la proyección de la población total y por sexo en el Perú a 10 años, el cual para el año 2030 habrá 35,898,422 personas.

En conclusión, incentivar la práctica del deporte es una oportunidad que puede ayudar a las personas a vivir en armonía, cultura de paz, problemas académicos y sociales. Además, las artes marciales como el box y boxeo tailandés pueden resultar eficaces como medida

de autodefensa ante el nivel de inseguridad que existe en el distrito de Santiago de Surco como en los demás.

- Tecnológico

En el tercer trimestre del año 2019 el 79,4% de las personas usó diariamente el internet. Así mismo, el 6.1% de personas accedió al internet en el hogar, trabajo y teléfono móvil de acuerdo al informe técnico Estadísticas de las tecnologías de información y comunicación en los hogares que realizó el INEI, elaborado con los resultados de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG).

Estos resultados favorecerán a la estrategia de comunicación de Knock Out Gloves con el público al que está dirigido.

Además, se ha visto que existe una cohesión entre la tecnología y los deportes que ha tenido un crecimiento favorable en los últimos años, el cual, se espera que se siga invirtiendo en el desarrollo de la tecnología que ayude al acceso de una enseñanza eficiente y de calidad en el sector deportivo.

- Ecológico

Knock Out Gloves buscará en sus operaciones una eficaz gestión mediante el servicio a brindar, las cuales sean sustentables en lo económico, social y ambiental, contemplando los intereses de los distintos grupos de interés con los que nos relacionaremos a fin de preservar el medio ambiente y la sustentabilidad de las futuras generaciones.

Además, el gimnasio, de acuerdo con la Política Nacional de Medio Ambiente, se responsabiliza por contribuir en la mejora del bienestar de las personas, asegurando la efectividad de ecosistemas saludables y funcionales en el largo plazo. Además, nos focalizaremos en la protección del medioambiente y evitar la contaminación, incorporando fundamentos básicos del desarrollo sostenible lo cual una situación favorable para nuestra escuela.

En este contexto KNOCK OUT GLOVES buscará el compromiso de:

- Priorizar el uso de papel reciclado
- Implementar la emisión de comprobantes de pago electrónicos
- Estructurar los recursos del gimnasio para motivar a sembrar árboles
- Instalación de luces LED en el local

9.1.2. Cinco fuerzas de PORTER

- Poder de negociación de los clientes

La empresa se dirigirá a personas de 13 y 35 años de edad que vivan o laboren en el distrito de Santiago de Surco y distritos aledaños y que serán divididos en dos grupos diferentes, los cuales se clasifican en dependientes e independientes económicamente.

El poder de negociación de los clientes es medio debido a que existen más gimnasios donde se están implementando las artes marciales y existe una facilidad para el cliente de cambiarse de academia.

- Rivalidad entre los competidores

Como se mencionó anteriormente, existen gimnasios en gran magnitud que están implementando clases de artes marciales y academias que son similares al presente proyecto. Por ejemplo, Barranco Muay Thai ubicado en el distrito de Barranco, aledaño a Santiago de Surco, atiende al mismo rango de edad que Knock Out Gloves, no obstante, es importante mencionar que solo ofrece clases de boxeo tailandés (muay thai). Por otro lado, en el distrito de Santiago de Surco existen pocas escuelas enfocadas a estos dos deportes de contacto por lo cual, el nivel de rivalidad es baja.

- Amenaza de nuevos competidores

El nivel de amenaza de nuevos competidores es alto debido a que existen muchas academias de bajo nivel de enseñanza y poca calidad. Además, no existen barreras para el ingreso de nuevos competidores.

Para tener una diferenciación con todas estas academias, Knock Out Gloves buscará la certificación de box y boxeo tailandés por parte del IPD, institución reguladora del Sistema Deportivo Nacional, para obtener un mayor nivel en el mercado.

- Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación con los proveedores será bajo, dado que existe una alta gama de proveedores en el mercado. Además, la academia no tendrá que realizar la adquisición de productos en grandes magnitudes.

Los productos a requerir están relacionados con la infraestructura, para el servicio de instalación, mantenimiento y reparación del local; equipamiento de artículos deportivos necesarios para la práctica de ambos deportes y equipamiento movedizo como pesas, sacos, cuerdas, etc. Además, para que el alumno tenga una experiencia de calidad, se le brindará durante las primeras clases el equipamiento necesario para su protección, conforme vayan sumergiéndose al deporte es vital para ellos usar sus propios equipos.

- Amenaza de productos sustitutos

Existen muchos sustitutos para realizar una actividad deportiva, para el proyecto a realizar nos enfocaremos en el propósito de que el cliente pueda liberar el estrés, reducir peso corporal, mantenerse en forma, mantener un equilibrio emocional, entre otros.

Por otro lado, algunas academias de artes marciales se han mantenido en el mercado, pero solo algunas se encuentran altamente calificadas, no todas ofrecen un nivel óptimo, ya que sólo se enfocan en comercializarlo. En ese sentido, el nivel de amenaza de los sustitutos es medio.

9.1.3. Dimensionamiento del Mercado

Para el proyecto, el distrito de Santiago de Surco cuenta con pocas academias de artes marciales, por esa razón se considerarán escuelas de distritos aledaños con más alumnado donde se les realizó una encuesta para poder determinar nuestra oportunidad de mercado.

Como se aprecia en la tabla N°6 las principales academias de artes marciales obtenidas con el estudio de mercado realizado.

Según la Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública (CPI), existe una población de 360,000 personas en el distrito de Santiago de Surco. Así mismo, según el APEIM estima 115,551 personas de NSE B y C con un rango de edad de 13 a 39 años en Surco. En la tabla 7 indica la demanda anual de clientes.

El promedio de las ventas al año de las escuelas es de 275, que, al multiplicarlo por los competidores identificados y el precio promedio de venta, da como resultado S/ 266,063 en demanda en soles ocupada, restándolo con la total demanda en soles, tenemos una oportunidad de mercado de S/ 44'452,174.50 (ver tabla 8).

9.2. Investigación de Mercado

9.2.1 Objetivos del estudio

El objetivo del presente proyecto es determinar la viabilidad comercial de una academia de artes marciales mixtas como box y boxeo tailandés en el distrito de Santiago de Surco. Se analizará a partir de los datos recopilados, información de los competidores y consumidores.

Problema

¿Cuál es la aceptación de la demanda en un gimnasio de box y boxeo tailandés para personas de 13 a 39 años en el distrito de Santiago de Surco?

Objetivo central

Identificar la aceptación de la demanda y sus características para el servicio de un gimnasio/escuela de box y muay thai.

Objetivo específico

- Conocer los canales que el consumidor se informa del servicio

- Determinar los componentes de decisión del consumidor para adquirir el servicio
- Conocer las experiencias previas del consumidor en este servicio

9.2.2. Diseño y metodología del estudio

Para el proyecto se utilizarán las siguientes herramientas para la investigación de mercado, la cual nos apoyamos para analizar la información obtenida:

Investigación Cualitativa

Se enfoca en realizar encuestas a clientes potenciales mediante un Focus Group y aceptar opiniones y sugerencias sobre la escuela Knock Out Gloves.

Entrevista a Experto

Se realiza una entrevista a personas de gran influencia al negocio de las artes marciales mixtas en Lima que cuente con experiencia profesional con la finalidad de obtener información sobre el mercado actual.

Investigación Cuantitativa

Se basa en una encuesta el cual se determina la cantidad de la demanda, mercado objetivo y preguntas de nivel socioeconómico con el fin de que esté estructurado de acuerdo al proyecto.

9.2.3. Población, muestra y unidad de muestreo

Población

De acuerdo al CPI (2019), en la provincia de Lima existe 11,591.4 miles de habitantes (Tabla 9).

Además, el distrito de Santiago de Surco cuenta con 360,400 personas, lo cual representa el 3.4% del total de la población de Lima (Tabla 10).

Asimismo, podemos conocer un total de 4,869 personas que tienen un rango de 13 a 39 años de edad en Lima Metropolitana (Tabla 11).

Con estos datos, se puede concluir que en el distrito de Santiago de Surco hay 165,784 personas que tienen un rango de edad de 13 a 39 años (Tabla 12). Por otro lado, según el APEIM estima que 115,551 personas que tienen un rango de edad de 13 a 39 años de edad pertenecen al nivel socioeconómico B y C (Tabla 13), cantidad que tomaremos para realizar el cálculo de la muestra.

Muestra

Con dicho dato podemos determinar el tamaño de la muestra que se utilizará para este proyecto. La fórmula a utilizar será la siguiente:

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

N = Tamaño de la población

z = Nivel de confianza

p = Probabilidad de éxito.

q = Probabilidad de fracaso

d = Nivel de precisión

Para realizar la fórmula utilizaremos un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

De acuerdo a los datos, reemplazando:

N = 115,551

z = 95% (1.96)

p = 50% (0.5)

q = 50% (0.5)

d = 5% (0.05)

$$n = \frac{115,551 \times (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 \times (115,551 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

n = 383

La muestra a tomar será de 383 personas.

9.2.4. Hallazgos y limitaciones

Hallazgos cualitativos

Focus Group

Esta investigación se realizó con el fin de conocer las opiniones de nuestro público objetivo acerca de implementar una escuela de boxeo y muay thai, de acuerdo a las respuestas que nos dieron tuvimos las siguientes conclusiones:

- Los asistentes a esta reunión practican deporte 2 a 5 días a la semana por 1 a 2 horas al día.
- Resaltaron que las artes marciales ayudan en lo mental a controlar las emociones, a desestresarte y en lo físico ayuda a reducir la grasa corporal y a estar más activo durante el resto del día.
- La mayoría concluyó en que no han participado de competencias internas, pero si les parece interesante y les gustaría participar para aplicar lo aprendido en las clases.
- Los participantes indicaron que el horario para entrenar es en las mañanas de 7 a 8 de la mañana para luego asistir a sus centros de estudios o trabajos y de 6 a 8 de la noche ya que algunos estudiaban en las mañanas.
- También el precio que estarían dispuestos a pagar se encuentra en un rango de S/250 a S/400.
- Los participantes indicaron que se sintieron satisfechos y a gusto con la experiencia de la escuela donde entrenaron por el aprendizaje durante las clases, por la paciencia de los profesores, la calidad de los materiales y por un entrenamiento realizado al aire libre actualmente por la pandemia.
- Así mismo, sostuvieron que lo más resaltante para escoger por una escuela de artes marciales es la calidad de materiales y profesores, que cuenten con experiencia en el

deporte y con certificados que lo demuestre, la metodología de la enseñanza en las técnicas del box y muay thai y la ubicación de la escuela.

- La mayoría de las personas manifestaron que conocieron de este deporte por el Facebook y por recomendación de amistades.

Entrevista a experto

- Indicó que los entrenadores en Tailandia no cuentan con estudios previos, sino que han sido peleadores y de esa manera comenzaron a enseñar.
- Señaló que entrenar artes marciales fortalece los músculos, ayuda a bajar de peso, es bueno contra el estrés, da seguridad, confianza en uno mismo.
- Un buen piso de goma o piso microporoso, sacos de box, kick pads, entre otros son ideales para practicar las artes marciales.
- En temporada alta cuando se llena la escuela ha llegado a tener 26 alumnos en una clase.
- Dada la coyuntura han dictado clases a 50 alumnos aproximadamente por zoom.

Hallazgo cuantitativo

Encuesta

- El 88% de personas tiene entre 19 a 30 años y el 7% entre 14 a 18 años.
- El 63% reside en Surco, 14% Barranco, 7.7% Miraflores y 4.6% Surquillo.
- El 64.1% son hombre y 35.9% mujeres.
- El 95% de los encuestados utiliza el Facebook y la recomendación de amigos para buscar escuelas de artes marciales.
- Se halló en las personas encuestadas que el 57.9% practican algún deporte dos a tres veces a la semana y el 33.1% tres a seis veces a la semana.
- El 94.1% de los encuestados estarían dispuestos a pagar entre S/150 a S/250 a más por clases de box y muay thai.

- El 99% de los encuestados cree que el box y muay thai ayuda a canalizar la agresividad, el control emocional y a la formación del cuerpo.
- El 98.2% participaría de un entrenamiento de box o muay thai en Knock Out Gloves.
- El 92.3% considera valioso llevar clases virtuales de box y muay thai debido a la cuarentena.
- El 31.5% de los encuestados escogió el horario de 6am a 7am para entrenar y el 35.1% escogió el horario de 8:15pm a 9:15pm.
- El 96.2% de los encuestados le gustaría recibir información sobre asesorías nutricionales.
- El 58.5% estaría dispuesto a participar en competencias internas e inter escuelas.

9.2.5. Conclusiones de investigación

El mercado del deporte de las artes marciales está en proceso de posicionamiento debido a que existen deportistas nacionales que están promoviendo intensamente este deporte y son reconocidos mundialmente generando una motivación en las personas.

Se concluye que las personas prefieren estos deportes porque sienten una tranquilidad después del ejercicio hecho y desestrés.

Por último, las características que las personas prefieren para adquirir este servicio son: Profesores y/o entrenadores calificados y con amplia experiencia, buen ambiente dentro del local para los entrenamientos y asesorías nutricionales.

9.3. Propuesta Estratégica del Modelo de Negocio

9.3.1. Estrategia de Marketing Mix

Servicio

Knock Out Gloves brindará un servicio novedoso de clases de box y muay thai con entrenadores calificados y capacitados constantemente en las metodologías con el objetivo de satisfacer las necesidades y dudas que nuestros clientes presenten. Este deporte es muy recomendado ya que es un deporte completo donde se trabajan todas las partes del cuerpo,

se realizan ejercicios cardiovasculares, de cardio que ayuda al corazón, de fuerza al momento de realizar los golpes, agilidad, etc.

Niveles de servicio

Básico

El valor fundamental para el cliente es promover un bienestar físico y mental, fortalecer valores y disciplina en el ejercicio de este deporte. Asimismo, las artes marciales son prácticas de defensa personal por medio de técnicas de combate que generan un desarrollo deportivo y personal.



Figura 4. Logo Knock Out Gloves

El nombre del proyecto será **KNOCK OUT GLOVES**, ya que en las artes marciales la frase “Knock Out” hace mención al noqueo del contrincante para obtener el triunfo en el deporte de contacto y “Gloves” a los guantes el cual es un elemento importante para la práctica de este deporte. Además, como en la figura 4 el logo tiene los colores negro y blanco y la imagen de unos guantes de box el cual representa las artes marciales mixtas.

Actual

Componentes del Servicio	
Presencial	Personalizado y/o Virtual
<ul style="list-style-type: none">- Fase de calentamiento.- Métodos de técnica en cada golpe realizado.- Combinación de golpes.- Ejercicios con artículos deportivos.- Combate cuerpo a cuerpo practicando las combinaciones.- Rutina de estiramientos y enfriamiento.	<ul style="list-style-type: none">- Toma de temperatura y alcohol en gel para manos.- Fase de calentamiento 5'- Ejercicios funcionales.5'- Técnicas de combate 20'- Rutina de combinaciones 20'- Rutina de estiramientos y enfriamiento. 10'

Cabe mencionar que, durante la inscripción del alumno, tendrá la opción de señalar el peso y talla que tiene, las deficiencias que suele tener para el desarrollo de los ejercicios, la resistencia física, la cantidad de ejercicios que suele hacer en la semana. Con el objetivo de que el entrenador tenga claro que es lo que necesita el alumno al concluir con el mes de entrenamiento.

Así mismo, es importante señalar que nuestro servicio personalizado será un servicio exclusivo ya que traerán muchos beneficios como:

- Enfoque del entrenador a un solo alumno
- La corrección es inmediata
- El entrenador diseña dinámicas personalizadas para que el alumno mejore su técnica y capacidades físicas
- El entrenamiento se adapta a las condiciones y capacidades del alumno
- Hay un extra de motivación ya que tendrá al entrenador a su lado en todo momento alentándote a cumplir con las tareas
- El aprendizaje es acelerado

- La inversión del tiempo y dinero es aprovechada al 100%

Knock Out Gloves	Escuela F-14 (Competencia)
<p>Atributos y características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Escuela de box y muay thai. - Un profesor capacitado para cada deporte. - Enseñanza con proyección a desarrollar deportistas profesionales. - Escuela de cómodo espacio para el desarrollo de los entrenamientos. - Asesoramiento nutricional para los objetivos de cada cliente. - Contar con entrenadores certificados. - Horario adaptable a disponibilidad del cliente. - Seguro contra accidentes otorgado al cliente. - Clases presenciales, personalizados y de manera virtual. - Competencias, venta de materiales deportivos. 	<p>Atributos y características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Escuela de muay thai. - Cuenta con un entrenador calificado. - Poca participación en competencias externas. - Escuela con espacio limitado para la práctica de este deporte. - Horario fijo. - Declaración Jurada de prevención ante accidentes. - Clases grupales y virtuales.

Ampliado

Habrán clases personalizadas y de manera virtual, ya que debido a la pandemia esta sería una nueva manera de enseñanza. Es importante mencionar que en el Focus Group realizado los participantes destacaron la importancia de llevar clases personalizadas ya que es un servicio más cercano donde el entrenador conocerá los límites del usuario motivándolo a superarlos.

Así mismo, se realizarán servicios complementarios como seminarios, campamentos y campeonatos internos. Estas actividades se desarrollarán para que cada alumno pueda

desarrollar su talento e incluir a nuevos alumnos a la academia. Por otro lado, contaremos con servicio post venta:

- Entregaremos un breve formulario virtual a nuestros clientes para solicitarles su opinión y recomendaciones del servicio.
- Contactar a clientes antiguos en fechas especiales, a través de saludos personalizados donde reforzaremos el vínculo con el cliente para favorecer una nueva compra del servicio.
- Servicio de llamadas al cliente para conocer y ayudar en las inquietudes que tenga el cliente con el fin de mejorar en el servicio personalizado y presencial.
- Servicio al cliente donde podamos solucionar problemas, contaremos con distintas formas de comunicación, redes sociales, página web, e-mail donde el cliente pueda realizar su reclamo y poder resolverla de manera rápida y efectiva.

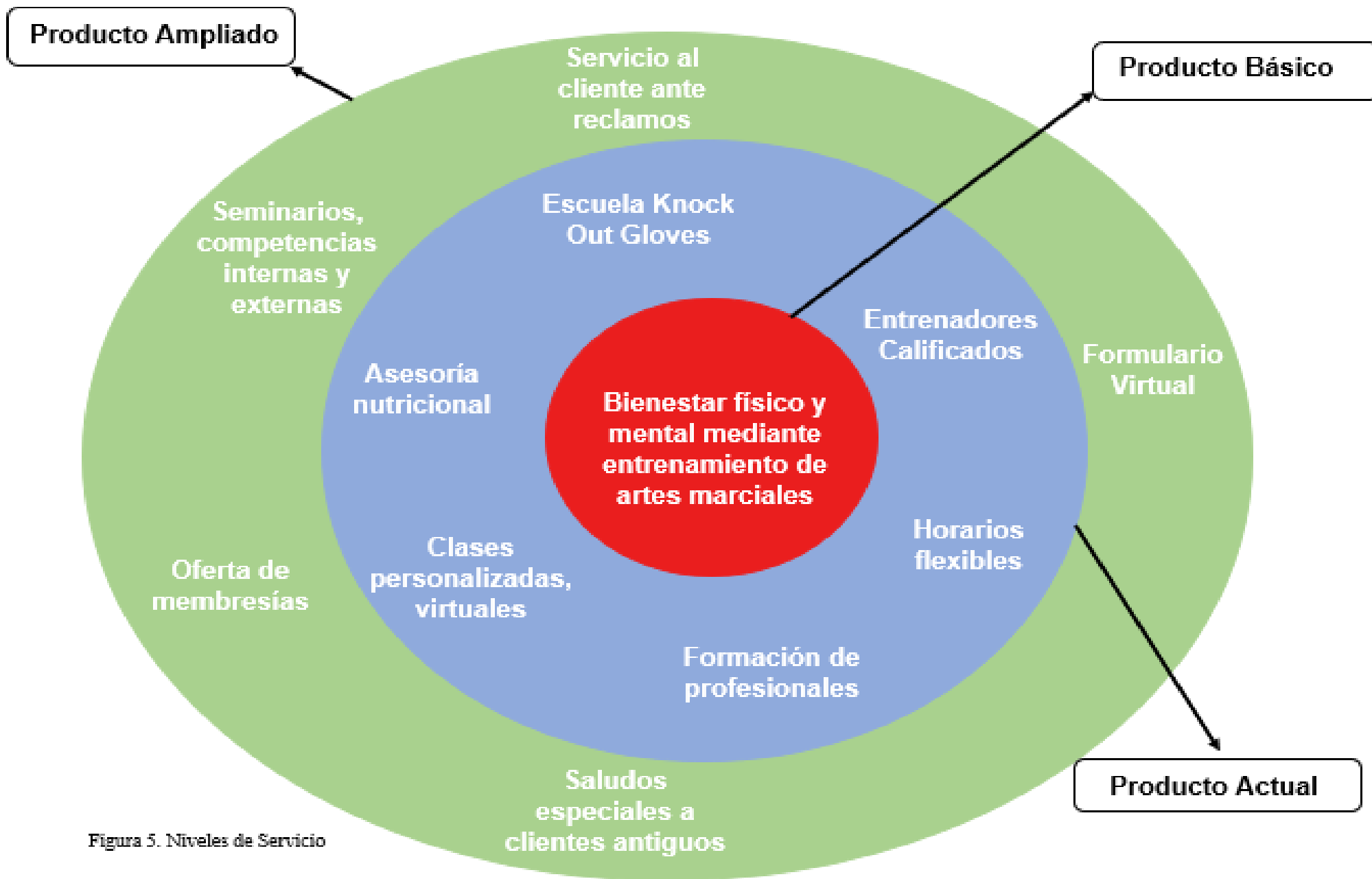


Figura 5. Niveles de Servicio

Precio

Aspectos Funcionales

Como se mencionó anteriormente, estos entrenamientos brindarán un beneficio corporal, físico y mental. Desarrollaremos una enseñanza de alta calidad con profesores y asesores nutricionales con experiencia para que el alumno cumpla sus objetivos.

Aspectos Psicológicos

Actualmente, este deporte ha sido muy conocido en el mundo dado la efectividad en el combate cuerpo a cuerpo. Atrae a muchas personas a probar estos deportes ya que traen beneficios cardiovasculares, fortalece la autoestima, la seguridad en uno mismo, ayuda a reducir peso, es bueno para combatir el estrés, etc. En otras palabras, “Es un deporte completo, dinámico y que da resultados” (M. Blanco, J. Lezama, 2019).

Aspectos Económicos

En un estudio de mercado realizado a dos escuelas de artes marciales con más alumnado se pudo hallar el precio de venta antes de la pandemia y de manera virtual según la tabla N°6. Es por eso que el precio estará dentro del promedio actual.

Es importante señalar que para la determinación del precio es fundamental determinar los factores que intervienen en el ofrecimiento de este servicio, incorporando los costos directos e indirectos que se necesitan para lograrlo. Así mismo, mediante la encuesta realizada a clientes potenciales determinaron que el precio que pagarían por este servicio es de S/150 como mínimo y S/250 como máximo considerando la calidad, limpieza, accesibilidad de la escuela, entre otros.

En la figura 7, en el informe realizado por IPSOS, se pudo calcular el ingreso mensual en el NSE B y C el cuales son S/2,246 y S/992 respectivamente. Estos resultados corresponden al saldo neto resultante de restar el gasto promedio mensual al ingreso

promedio mensual de cada NSE. Por lo tanto, el precio de venta de nuestros servicios sería el óptimo para estos dos niveles socioeconómicos al que estamos enfocados.

Se tiene previsto realizar un lanzamiento del servicio mediante una estrategia de penetración, debido a que:

- Existe en el mercado diferentes escuelas de artes marciales y tienen distintas opciones a escoger. El servicio es imitable.
- La demanda es elástica al precio, donde el cliente tiene distintas opciones para adquirir el servicio de acuerdo al tiempo que quiera pertenecer en la escuela.
- Posibilidad de entrada de nuevos competidores, antes de la pandemia se han ido aperturando nuevos centros de entrenamientos implementando entrenamientos de box y muay thai.

Plaza

Funciones del canal presencial

- Información: Brindar información de los servicios que brindamos, recorrido de las instalaciones para mayor detalle y seguridad.
Promoción: Se realizará descuentos para familiares de clientes ya matriculados, promociones para alumnos antiguos, un día de entrenamiento gratis, y descuentos para estudiantes.
- Contacto: Será de manera directa con el cliente antes y después de los entrenamientos donde podrán hacer cualquier consulta y entregar volantes a clientes nuevos que pregunten por nuestros servicios.
- Negociación: La negociación será mediante las membresías que brindaremos y estar atentos cuando acabe dichas membresías para una próxima renovación.

Funciones del canal virtual

Los canales a utilizar para desarrollar nuestra distribución de comunicación serán por las redes sociales más utilizadas por los jóvenes y adultos como Facebook, Página web, Instagram y Zoom para los entrenamientos.

- Información: Ofrecer los servicios virtuales a todas las personas interesadas en los deportes de contacto.
- Promoción: Los alumnos inscritos podrán tener acceso a las grabaciones de los entrenamientos realizados en el día para que puedan practicarlo en cualquier horario que tengan disponible. Así mismo, podrán ingresar a los entrenamientos en vivo en cualquier horario establecido.
- Contacto: Tener activo la comunicación con nuestros clientes y clientes potenciales para resolver inquietudes y realizar inscripciones mediante redes sociales de nuestros servicios.

- **Negociación:** La negociación será mediante las membresías que brindaremos y estar atentos cuando acabe dichas membresías para una próxima renovación.

Estrategia de canal y distribución

El tipo de canal en el que estaremos será convencional, ya que, pese a tener acuerdos con nuestros proveedores de artículos deportivos que nos brindarán todos los materiales y equipamientos necesarios para la práctica de estos deportes, nuestro servicio será con el consumidor directamente, sin intermediarios. Así mismo, realizaremos una distribución exclusiva debido a que este servicio se realizará en un solo local para los usuarios del distrito y distritos aledaños.

El servicio se llevará a cabo de forma presencial en nuestro local ubicado en el distrito de Santiago de Surco, donde tendremos fácil acogida dado que es uno de los distritos más poblados de la zona 7. Además, tendrá una fácil visibilidad por la cercanía a avenidas principales del distrito, fácil acceso para el respectivo equipamiento, etc. y de forma virtual a través de redes sociales y página web.

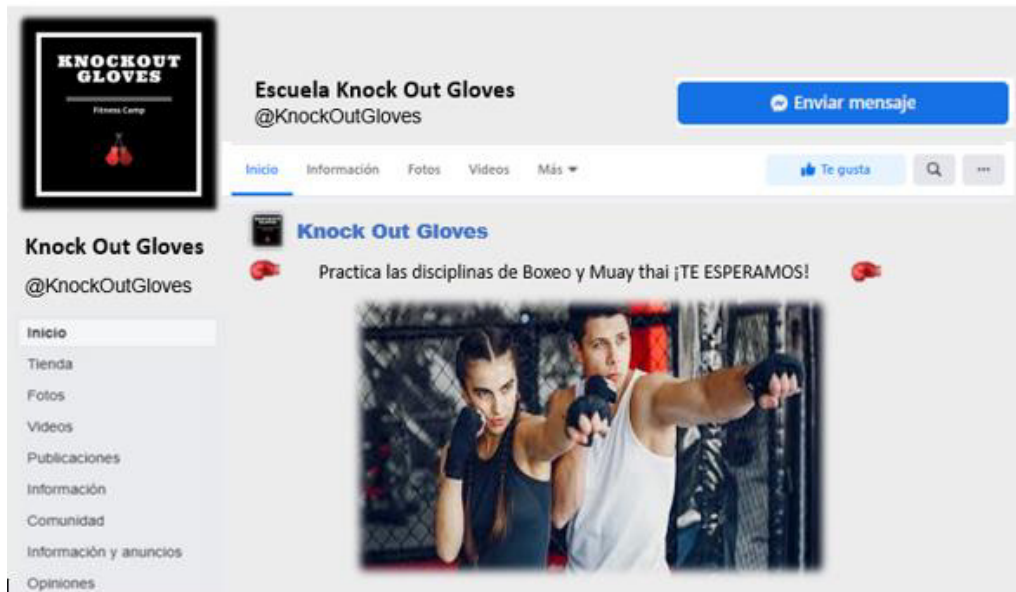


Figura 8. Perfil en Facebook Knock Out Gloves



Figura 9. Volante Knock Out Gloves

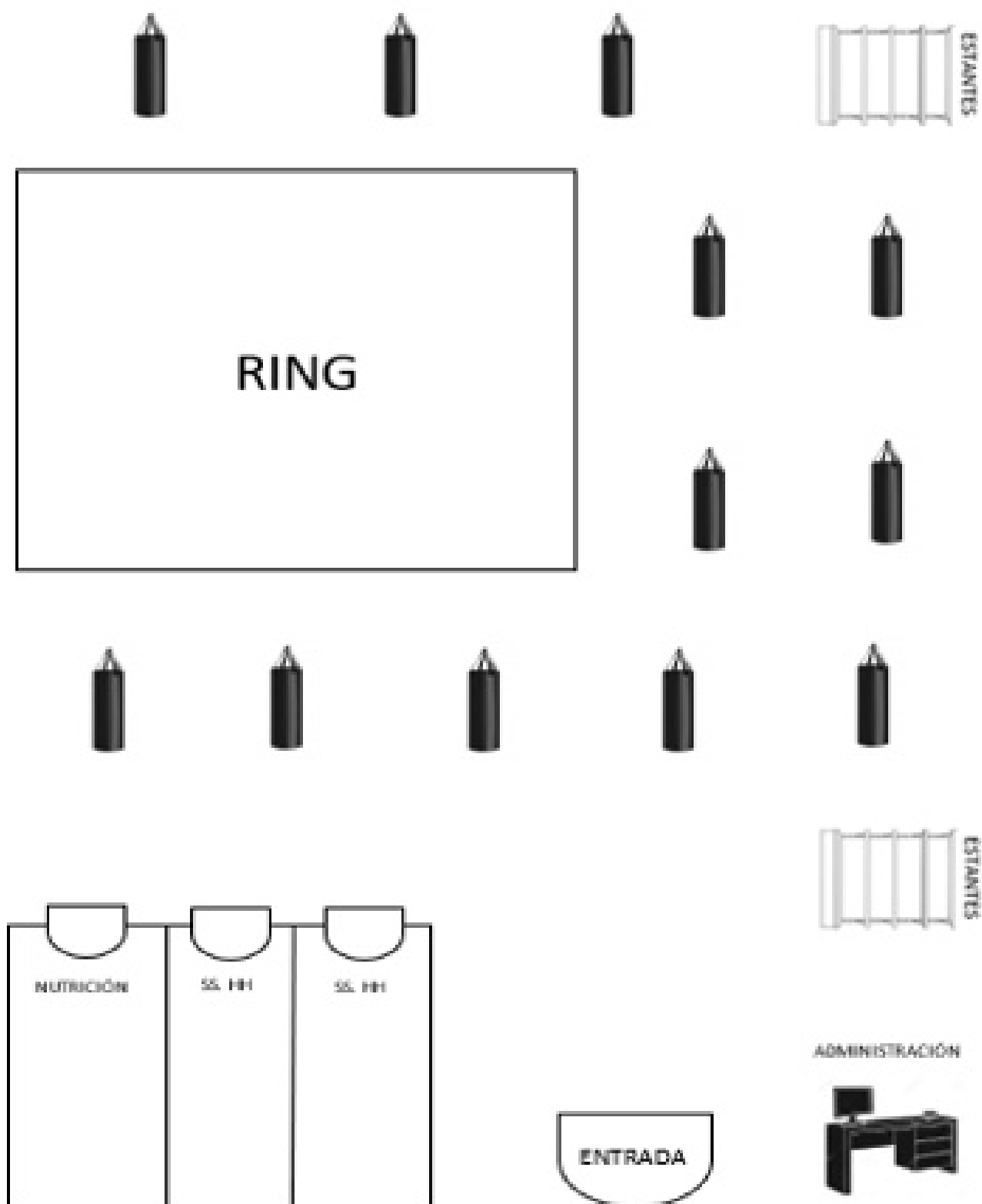


Figura 10. Lay Out Escuela Knock Out



Figura 11. Página web Knock Out Gloves

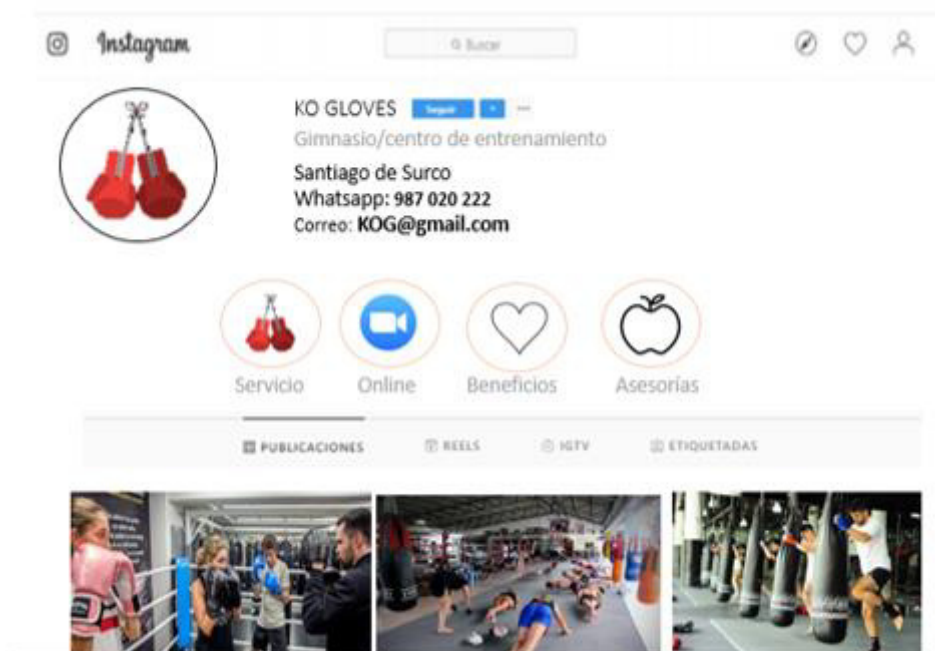


Figura 12. Instagram Knock Out Gloves

Promoción

Se definieron las siguientes estrategias de comunicación:

Mix de comunicación

Publicidad

La publicidad mediante la cual llegaremos a nuestros clientes será por redes sociales, volantes, campeonatos externos y por recomendación de amigos.

Venta personal

Será mediante nuestro administrador de la escuela, una de sus funciones será brindar la información requerida a los clientes presencial y virtual, ofreciendo nuestros servicios, horarios y promociones.

Promoción

Los alumnos ya inscritos tendrán descuentos para adquirir productos deportivos como guantes, vendas, protector bucal, etc. y promociones (packs) en membresías de 6 meses a 1 año para todos los alumnos. Así mismo, podrán participar en las competencias internas donde podrán ganar meses de entrenamiento gratis o descuentos.

Relaciones públicas

Tendremos numerosas actividades como el interactuar constantemente en nuestras redes sociales con los clientes, publicaremos videos de los entrenamientos por zoom y/o personalizados para que el cliente vea la seguridad que utilizamos y tenga confianza en adquirir el servicio.

Tipos de promoción de ventas

Consumidor

Este tipo de promoción de venta elegido estará dirigido a nuestros clientes potenciales que en nuestro caso son futuros alumnos.

- Primero, se dará una clase de prueba gratis donde el alumno podrá conocer el servicio de entrenamiento, los beneficios que tendrá en la asesoría nutricional, etc.
- Segundo, se le dará la opción al alumno de escoger promociones (packs) en membresías de 1, 3, 6 meses y de un año. Y se le otorgará descuentos.
- Tercero, a los alumnos fidelizados y antiguos se les obsequiará un polo de entrenamiento con su nombre y el logo de la escuela, de esa manera podrá servir para sus entrenamientos fuera y dentro de las instalaciones y servir como publicidad.
- Cuarto, se ofrecerán descuentos de acuerdo al tiempo de inscripción al servicio para los alumnos antiguos.

Estrategia del presupuesto de comunicación

La estrategia a realizar será de acuerdo al porcentaje de las ventas reales o estimadas. Debido a que en nuestra escuela estaremos activamente publicando ofertas y promociones por las redes sociales donde las personas más interactúan, según la encuesta realizada a nuestro público objetivo. Además, es importante mencionar de acuerdo al estudio de mercado en las encuestas realizadas, se comprobó que la recomendación de amigos son el canal de promoción con mayor aceptación por los clientes, en ese sentido fortaleceremos nuestros vínculos con los clientes más antiguos otorgándoles un descuento en las siguientes membresías trayendo algún familiar o amigo que desee adquirir nuestros servicios.

19. ¿Qué medios utiliza para buscar escuelas de artes marciales?

390 respuestas

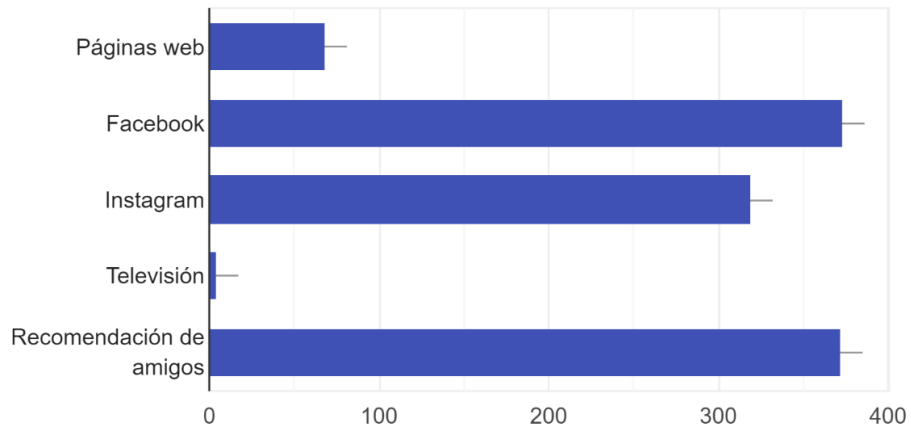


Figura 13. Publicidad de membresías

Muay thai training



Horarios:

Lun - Vier

7am - 9am - 11am

7:30pm - 9pm

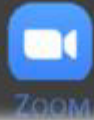


Figura 14. Entrenamientos virtuales

9.3.2. Estrategia de posicionamiento

Parte de la diferenciación del producto para una ventaja competitiva que se pudieron identificar fueron:

- Una metodología exclusiva a ofrecer, lo cual se detalla en los componentes del servicio, además de ofrecerle promociones y competencias para reforzar lo aprendido.
- La importancia de la escuela se verá reflejada en los alumnos que forjaremos para que puedan competir y ganar en las competencias que pueda haber.
- Ser una escuela distintiva promoviendo el respeto, la confianza, e integración en los grupos de entrenamientos que llevemos.

Además, la estrategia de posicionamiento que estamos escogiendo es la de más por más, dado que existen escuelas similares a los servicios que brindaremos, sin embargo, contaremos con entrenadores calificados y nutricionista que pueda ayudar a potenciar a los alumnos en su desarrollo físico y mental.

En conclusión, para las personas interesadas en entrenamientos con resultados, Knock Out Gloves será la escuela de artes marciales que brindará un servicio especial a un menor precio debido a que cuenta con profesores calificados y de larga trayectoria.

9.3.3. Indicadores de gestión del plan de marketing (KPI)

Clases promedio: Ayudará a conocer las clases que el alumno se inscribe al mes para conocer si existe algún inconveniente y solucionarlo.

Aceptación del mercado: Nos permitirá conocer el interés de los clientes que se inscriban a los entrenamientos virtuales, lo cual es fundamental para posicionarnos en el mercado.

Información brindada: Contabilizar cuantos alumnos interesados se registran a los distintos tipos de entrenamientos que ofreceremos.

Satisfacción del cliente: Lograr que las clases sean del agrado del alumno con el objetivo de fidelizarlo con nuestra escuela.

Feedback del cliente: Brindar al cliente un buzón de sugerencias para recibir una retroalimentación y tener puntos por mejorar.

Tabla N°14
Indicadores de gestión

KPI	Fuente y fórmula de medición	Frecuencia	Óptimo/Tolerable/Deficiente
Clases promedio	Número de alumnos matriculados/capacidad total de alumnos	Mensual	Óptimo: > = 71% de alumnos Tolerable: 70% – 36% de alumnos Deficiente: 35% de alumnos
Aceptación del mercado digital	Frecuencia de clientes por redes sociales/Número de alumnos inscritos	Mensual	Óptimo: > = 85% Tolerable: 84% - 80% Deficiente: < 79% o menos
Información brindada	Cantidad de personas interesadas en el servicio	Quincenal	Óptimo: > = 250 Tolerable: 249 – 100 Deficiente: < 99 o menos
Satisfacción del cliente	Encuestas online a clientes	Mensual	Óptimo: > = 80% Tolerable: 79% - 70% Deficiente: < 70% o menos
Feedback del cliente	Buzón de sugerencias	Diario	Óptimo: > = 85% Tolerable: 84% - 74% Deficiente: < 73% o menos

Fuente: Elaboración Propia

Así mismo, es importante señalar que, si existe en algún momento la deficiencia propuesta, optaremos por un plan donde se intensificarán los procesos de:

- Respuesta en redes sociales a los clientes, dado que la interacción puede ser lenta en ciertos horarios del día.
- Incrementar la publicidad por redes sociales para llegar a más personas amantes de las artes marciales.
- Estar en constantes actualizaciones por redes sociales en horarios específicos.

10. Operaciones

10.1. Mapa de procesos

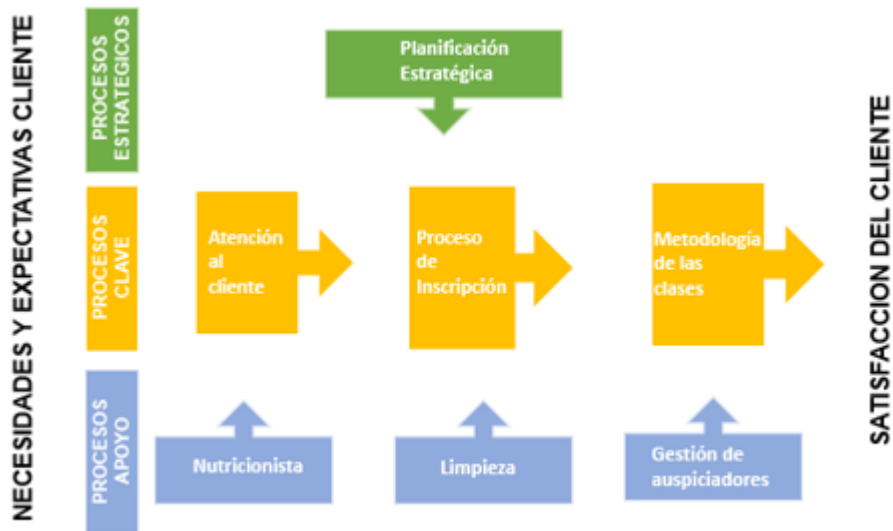


Figura 15. Mapa de procesos

10.1.1. Determinación procesos estratégicos

- La planificación estratégica consiste en gestionar eficientemente los procesos administrativos de la empresa, optimizando los recursos.
- Brindar la mejor experiencia al cliente, cumpliendo con sus objetivos.
- Mantener a los colaboradores actualizados diariamente para el alto nivel de enseñanzas.
- Potenciar a los alumnos más talentosos para que compitan en torneos profesionales.

10.1.2. Determinación procesos operativos

En la escuela se definen tres procesos claves:

- La atención al cliente, donde al llegar se le dará un pequeño recorrido de las áreas de entrenamiento para que vea el tamaño y comodidad que brindaremos.
- En el proceso de inscripción se le informará de los servicios, precios y horarios disponibles, realizar el registro de los datos del cliente y programar su horario de entrenamiento.

- c) La metodología de clases empezará con el proceso de enseñanza de las técnicas y ejercicios del arte marcial, con todos los cuidados respectivos.

10.1.3. Determinación procesos de soporte

Nuestro proceso de soporte o apoyo está conformado por tres procesos:

- a) El nutricionista que brindara de manera oportuna ayuda a los alumnos para tener una buena alimentación y salud.
- b) La limpieza es un proceso determinante debido a la coyuntura que ayudará a tener la escuela en óptimas condiciones para el buen desarrollo de los entrenamientos y tener cero riesgos de contagios.
- c) La gestión de nuevos auspiciadores aportará con el crecimiento y posicionamiento de la escuela en el mercado.

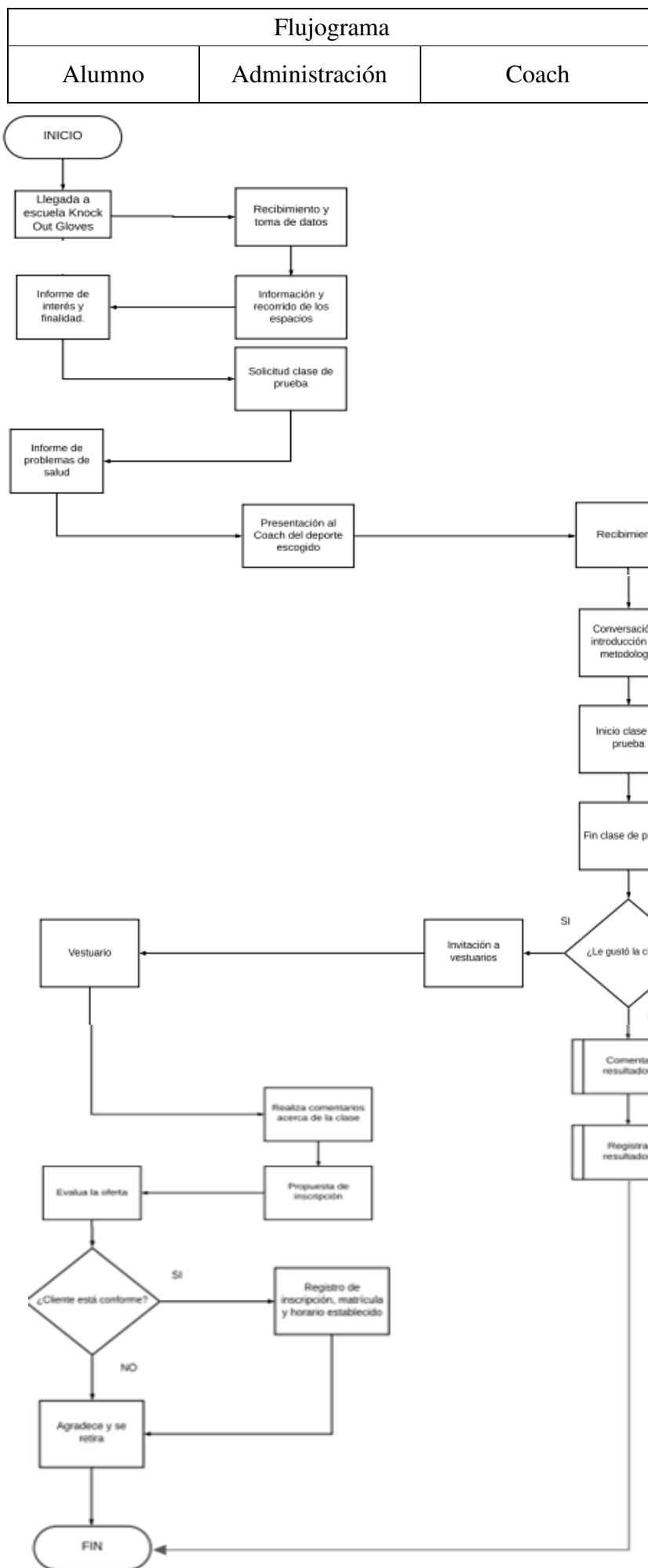


Figura 16. Flujograma

10.2. Definición de estándares de calidad

10.2.1. Métodos y sistemas de verificación

Plan de calidad:

Estándar de calidad

- Ser una escuela con las medidas de seguridad establecidas por Defensa Civil.
- Contar con uniformes distintivos de la escuela.
- Brindar un servicio seguro para la fidelización del cliente.
- Constante capacitación al staff de la escuela.
- Ofrecer buzón de sugerencias y reclamos como método de retroalimentación.
- Ofrecer asesorías de nutricionales de calidad.

Estándar de tiempo

- Medir el desempeño de los colaboradores mediante la obtención de resultados en los clientes.

Estándar de cantidad

- Conocer el registro de matrículas realizadas.
- Medir la aceptación de los clientes por redes sociales.
- Saber la cantidad de los inscritos a los entrenamientos virtuales
- Conocer los servicios que el cliente opta.

10.3. Gestión de recursos humanos

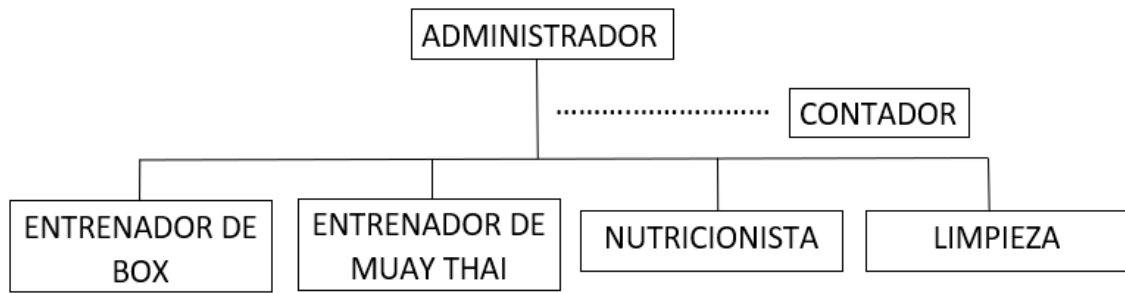


Figura 17. Organigrama

10.3.1. Determinación de puestos, funciones y competencias

Como se detalla en la figura 10, Knock Out Gloves tendrá en su estructura organizacional con: gerente, administrador, coach (entrenador), nutricionista y con un personal de limpieza. Estos puestos serán detallados a continuación.

PERFIL DEL PUESTO POR COMPETENCIAS

Escuela Knock Out Gloves

Nombre del puesto: Administrador
Unidad o área a la que pertenece: Administrativo
Puesto al que reporta: Gerente
Puesto (s) que supervisa: Coach, Nutricionista, Limpieza.

Misión del Puesto: Alcanzar los objetivos de la empresa de acuerdo a la idea del negocio para generar beneficios a largo plazo.

FUNCIONES DEL PUESTO

Principales funciones:

1. Controlar el manejo de caja chica para el arqueo de caja.
2. Gestionar la membresía de los afiliados para futuras renovaciones.
3. Supervisar y controlar los procesos de pago a proveedores, costos, presupuestos y recursos humanos (planillas) para mantener un orden en los movimientos de dinero.
4. Definir, planificar y aplicar las campañas de publicidad para obtener más alumnado.
5. Resolver los inconvenientes que presenten los afiliados para darles seguridad en las instalaciones y durante los entrenamientos.

COMPETENCIAS GENERALES

Resiliente

Proactivo

Trabajo en equipo

Comunicativo

Empático

CONOCIMIENTOS

Formación académica: Licenciado / Bachiller en administración, marketing o contabilidad.

Post Grado: No

Conocimientos Especiales: Manejo de Microsoft Office

Idiomas: inglés nivel básico

Nombre del puesto: Coach de box y muay thai
Unidad o área a la que pertenece: Entrenador
Puesto al que reporta: Administrador
Puesto (s) que supervisa: Ninguno

Misión del Puesto: Ayudar a los alumnos a mejorar su rendimiento mediante el uso de técnicas de box o muay thai para tener éxito deportivo y seleccionarlos para competencias particulares.

FUNCIONES DEL PUESTO

Principales funciones:

1. Adecuar las rutinas para atender las necesidades del usuario.
2. Diseñar programas de rutina de entrenamiento para un eficiente desarrollo del mismo.
3. Revisar el desempeño de los atletas para realizar feedback.
4. Utilizar implementos para la ejecución de las rutinas.
5. Supervisar la ejecución de los ejercicios en clase para mejorar las técnicas deportivas.
6. Apoyar en los eventos que se organicen en la escuela para presentarlo a nuevos clientes.
7. Velar por la seguridad de los alumnos para que no haya accidentes.

COMPETENCIAS GENERALES

Resiliente

Proactivo

Trabajo en equipo

Comunicativo

Empático

CONOCIMIENTOS

Formación académica: Certificados de artes marciales, experiencia en el rubro

Post Grado: No

Nombre del puesto: Nutricionista
Unidad o área a la que pertenece: Salud y bienestar
Puesto al que reporta: Administrador
Puesto (s) que supervisa: Ninguno

Misión del Puesto: Mejorar la nutrición y salud mediante programas de alimentación para asegurar el bienestar de nuestros clientes.

FUNCIONES DEL PUESTO
<p>Principales funciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Velar por el bienestar de los clientes para reducir enfermedades cardiovasculares. 2. Brindar asesorías nutricionales al cliente para una buena alimentación.

COMPETENCIAS GENERALES
Proactivo
Comunicativo
Empático

CONOCIMIENTOS
Formación académica: Bachiller y/o Titulado
Post Grado: No
Conocimientos Especiales: Manejo de Microsoft Office
Idiomas: inglés nivel básico

Nombre del puesto: Personal de limpieza
Unidad o área a la que pertenece: Aseo
Puesto al que reporta: Administrador
Puesto (s) que supervisa: Ninguno

Misión del Puesto: Lograr un óptimo mantenimiento de la escuela mediante una buena limpieza para la comodidad de los usuarios y la conservación de las instalaciones.

FUNCIONES DEL PUESTO

Principales funciones:

1. Organizar los implementos deportivos luego de cada clase para tenerlo ordenados.
2. Mantener los servicios higiénicos limpios para evitar contagios.
3. Mantener el área deportiva limpia para evitar accidentes durante los entrenamientos.
4. Supervisar el uso de las instalaciones deportivas para que no existan estructuras dañadas.
5. Solicitar implementos de aseo para el buen mantenimiento de la escuela.

COMPETENCIAS GENERALES

Ordenado

Trabajo en equipo

Comunicativo

Empático

CONOCIMIENTOS

Formación académica: Secundaria Completa o Incompleta

Experiencia: 6 meses / 1 año

10.3.2. Propuesta de evaluación de desempeño del personal

Anexo 6: Formato evaluación de desempeño para el personal.

Anexo 7: Formato de evaluación de desempeño para el personal que tiene personas a cargo.

11. Plan de implementación

11.1. Descripción de tareas

Constitución de la empresa

Encargado: Gerente

Enviar todos los documentos necesarios a SUNARP para la constitución, licencia de funcionamiento en la municipalidad de Surco y obtención del certificado de defensa civil.

Trámite de local

Encargado: Gerente

Realizar la búsqueda del local y los trámites para la firma de contrato de arrendamiento.

Compra de materiales e inmuebles

Encargado: Gerente

Realizar la adquisición de los materiales e inmuebles para la implementación del local.

Marketing y publicidad

Encargado: Administración

Utilizar las estrategias y funciones del plan de marketing para nuestro tipo de negocio.

Selección de personal

Encargado: Gerente y administración

Seleccionar a los colaboradores adecuados para el buen funcionamiento de los entrenamientos.

Adaptación a la idea de negocio

Encargado: Administración

Explicar la idea de negocio a nuestro personal, la misión, visión y valores a promover dentro y fuera de la escuela.

Inducción del personal

Encargado: Administración

Indicar las funciones de cada persona en su puesto de trabajo y los objetivos a cumplir.

Inscripción del alumno

Encargado: Administración

Brindar información de las clases, realizar la inscripción al alumno y entregar el horario elegido.

Realización de las clases a los alumnos

Encargado: Entrenador

Presentación con el entrenador el primer día de clases y comenzar con las rutinas de ejercicios.

11.2. Cronograma de tareas

Anexo 8: Diagrama de Gantt con la descripción de las tareas

12. Valoración de la propuesta

12.1. Presupuesto de ventas

Nuestro presupuesto de ventas está conformado por la cantidad de clases al año que se brindarán y por el precio de cada servicio a brindar a nuestros clientes en el lapso de 10 años, así mismo, el precio y las clases están afectos a una tasa incremental anual.

Tabla 15
Presupuesto de venta

Años		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Factor de Crecimiento		1.00	1.03	1.05	1.08	1.11	1.14	1.17	1.21	1.24	1.27
Cantidad alumnos		700.00	718.90	738.31	758.24	778.72	799.74	821.34	843.51	866.29	889.68
Box	40%	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280
Muay thai	40%	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280
Virtual	12%	84	101	119	137	157	176	195	217	237	259
Personalizado	8%	56	58	59	61	62	64	66	67	69	71
Factor de Reajuste de precios		1.00	1.02	1.04	1.06	1.08	1.10	1.13	1.15	1.17	1.20
Precio Box	200	200	204	212	225	244	269	303	348	408	488
Precio Muay thai	250	250	255	265	281	304	336	378	434	509	608
Precio virtual	130	130	133	138	146	158	174	196	225	264	316
Precio personalizado	180	180	184	191	203	220	243	274	315	369	441
Ventas		147,000	152,625	161,251	174,065	191,886	215,576	246,984	288,890	344,789	420,035

Fuente: Elaboración propia

12.2. Definición de la estructura de costos del servicio

Tabla 16
Costo del servicio

	Personal fijo	Regimen laboral	Cantidad
Entrenadores		Planilla	4
Administrador		Planilla	1
Nutricionista		Planilla	1

Fuente: Elaboración propia

12.3. Costeo estándar del servicio

Tabla 17
Costo estándar del servicio

Entrenadores	83,520
Nutricionista	20,880
Total costo	104,400

Fuente: Elaboración propia

12.4. Presupuesto de gastos operativos

Table 18
Presupuesto gastos operativos. Gastos administrativos

Gasto administrativo	
Administrador	17,400
Seguro alumno	5,400
Sub total	22,800
Personal Limpieza	3,000
Contador	9,600
Alquiler local	25,800
Sub total	38,400
Total	61,200

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19
Presupuesto gastos operativos. Gastos de venta

Gasto de Venta	
Publicidad (volantes)	1,200
Facebook	2,160
Instagram	2,160
Pag web	960
Total	6,480

Fuente: Elaboración propia

12.5. Punto de equilibrio

Tabla 20
Punto de equilibrio

	40%	40%	12%	8%	
	BOX	MUAY THAI	VIRTUAL	PERSONALIZADO	
PRECIO	200	250	130	180	210
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	200	250	130	180	210
COSTOS FIJOS					185,482
Arrendamiento					24,000
Descuentos					1,913
PUNTO DE EQUILIBRIO CANTIDAD					760
PUNTO DE EQUILIBRIO SOLES					S/.159,600

Fuente: Elaboración propia

12.6. Cálculo del WACC

Es importante señalar que el retorno del accionista es 3.21% debido al impacto que tuvo la pandemia con las tasas. En una coyuntura normal la tasa del accionista suele ser mayor al WACC, sin embargo, por pandemia se ha visto reducido.

Tabla 21

Calculo del WACC

Capital Asset Pricing Model

Estructura de Capital	
Pasivo	33%
Patrimonio	67%

Costo del Dinero para Terceros	
Costo de la Deuda	30%
Tasa de Impuesto a la Renta	29.50%
Costo Neto de la Deuda	21.15%

Costo del Dinero para los accionistas		
Tasa Libre de Riesgo	1.55%	
Prima de mercado	0.00%	
Beta desapalancada	0.93	
Beta apalancada	1.25	
Riesgo País	166	1.66%

Retorno del Accionista	
	3.21%

Costo Ponderado de Capital	
WACC	9.13%

Fuente: Elaboración propia

12.7. Flujo de caja libre

El flujo de caja, resume los ingresos, costos y gastos que incurrirá Knock Out Gloves, donde la inversión es de S/52,062 el cual está designado para la implementación de materiales deportivos y trámites para la constitución de la empresa.

Tabla 22
Flujo de caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas		147,000	152,625	161,251	174,065	191,886	215,576	246,984	288,890	344,789	420,035
Arrendamiento		24,000	24,480	25,469	27,028	29,256	32,301	36,376	41,785	48,958	58,509
Costo de MOD + CIF		-104,400	-106,488	-108,618	-110,790	-113,006	-115,266	-117,571	-119,923	-122,321	-124,768
Costo de auspicio		-10,560	-10,771	-10,987	-11,206	-11,430	-11,659	-11,892	-12,130	-12,373	-12,620
Descuento promoción		-1,913	-1,951	-1,990	-2,030	-2,070	-2,112	-2,154	-2,197	-2,241	-2,286
Utilidad bruta	0	54,128	57,895	65,126	77,067	94,635	118,840	151,743	196,425	256,812	338,871
Gastos Administrativos		-61,200	-62,424	-63,672	-64,946	-66,245	-67,570	-68,921	-70,300	-71,706	-73,140
Gastos de Ventas		-6,480	-6,480	-6,480	-6,480	-6,480	-6,480	-6,480	-6,480	-6,480	-6,480
EBITDA	0	-13,553	-11,009	-5,027	5,641	21,911	44,791	76,341	119,646	178,627	259,251
Depreciación		-930	-930	-930	-930	-505	-505	-505	-505	-505	-505
EBIT	0	-14,482	-11,939	-5,957	4,711	21,405	44,285	75,836	119,141	178,122	258,746
Impuesto de la Renta		4,272	3,522	1,757	-1,390	-6,315	-13,064	-22,372	-35,146	-52,546	-76,330
NOPAT	0	-9,280	-7,487	-3,269	4,251	15,596	31,726	53,970	84,499	126,081	182,921
Capex	-52,062										
Working Capital		10,780	11,193	11,825	12,765	14,072	15,809	18,112	21,185	25,285	30,803
Valor de perpetuidad											5,327,238
FCF	-52,062	1,500	3,706	8,556	17,016	29,668	47,535	72,082	105,684	151,365	213,723

Fuente: Elaboración propia

12.8. Escenarios

Tabla 23
Escenarios - Precio

	VAN	TIR	
Precio Muay thai		268,107	40%
60%	100	-12,994	8%
40%	150	81,404	18%
	250	268,107	40%
30%	325	409,139	60%
60%	400	549,526	83%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24
Escenarios

	VAN	TIR	
# Clientes		268,107	40%
60%	280	172,346	28%
30%	490	220,286	34%
	700	268,107	40%
30%	910	316,009	46%
60%	1,120	363,999	52%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25
Escenarios - Precio

		VAN	TIR
Precio Box		268,107	40%
60%	80	42,631	14%
30%	140	156,504	26%
	200	268,107	40%
30%	260	380,876	55%
60%	320	492,935	73%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26
Escenarios - Precio

		VAN	TIR
Precio Virtual		268,107	40%
60%	52	179,794	30%
40%	78	209,325	34%
	130	268,107	40%
30%	169	312,784	44%
60%	208	357,592	48%

Fuente: Elaboración propia

12.9. VAN, TIR

Tabla 27
Calculo VAN y TIR

WACC	9.13%
VAN	268,107
TIR	40%

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

- ✓ Este proyecto genera mucha expectativa en la población objetivo ya que es un servicio que actualmente genera grandes beneficios para la salud en medio de esta pandemia.
- ✓ La respuesta al terminar este proyecto es que el mercado estaría dispuesto a contratar nuestros servicios, viendo una viabilidad reflejada en un VAN de S/ 268,107 de acuerdo a la proyección de 10 años.
- ✓ Actualmente, el acceso a las redes sociales será un factor determinante para llegar a nuestro público objetivo.

Recomendaciones

- ✓ Es importante recomendar las artes marciales como un deporte que genera grandes triunfos nacionales e internacionales y promueve la salud a las instituciones privadas.
- ✓ Así mismo, incentivar un deporte en general desde pequeño genera un espíritu de disciplina, respeto y responsabilidad que nos ayuda a ser mejores ciudadanos y profesionales.

Referencias

- Benites, Carmen y Zumaeta Isabel. (2019), IMPLEMENTACION DE UN GIMNASIO PARA NIÑOS DE 3 MESES A 12 AÑOS EN EL DISTRITO DE SANTIAGO DE SURCO. Lima. Universidad Marcelino Champagnat, Facultad de Administración y Contabilidad. Recuperado de [file:///C:/Users/USUARIO/Desktop/UMCH/AVANCE%20DEL%20PAT/FUENTES/188.Trabajo%20de%20suficiencia\(%20Benites%20y%20Zumaeta\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Desktop/UMCH/AVANCE%20DEL%20PAT/FUENTES/188.Trabajo%20de%20suficiencia(%20Benites%20y%20Zumaeta).pdf)
- Cerón, Marco. (2014), LOS DEPORTES DE COMBATE Y SU INCIDENCIA EN EL CONTROL EMOCIONAL EN LOS ESTUDIANTES DE 7mo Año DE E.G.B DE LA UNIDAD EDUCATIVA FAE No.1 DEL CANTÓN QUITO PROVINCIA DE PICHINCHA. Ambato. Universidad de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de la

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/12382/1/TESIS%20378.pdf>

- Olivos, Jorge. (2014), PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA RED DE ACADEMIAS DE ARTES MARCIALES MIXTAS Y DEPORTES DE CONTACTO EN LIMA METROPOLITANA. Lima. Pontificia Universidad Católica del Perú, Facultad de Ciencias e Ingeniería. Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/5735/OLIVOS_JORGE_NEGOCIOS_RED_ACADEMIAS_LIMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Diario Oficial El Peruano (2012). GALA DE CAMPEONES. Recuperado de <http://www.elperuano.com.pe/edicion/noticia-gala-campeones-4834.aspx>
- Sánchez, J (2005) Descripción de la Gestión del Deporte Colombiano. Planeación o Empirismo. Bogotá. Grupo Gestionar de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de <https://www.efdeportes.com/efd186/la-competencia-profesional-gestionar-proyectos-deportivos.htm>
- Chávez, Giancarlo y Palomino Arturo. (2019), PLAN DE NEGOCIO PARA COMBATIR LA OBESIDAD EN EL DISTRITO DE ATE MEDIANTE UN MODELO DE NEGOCIO “CROSSFIT”. Lima. Universidad San Ignacio de Loyola. Recuperado de file:///C:/Users/nanch/OneDrive/Escritorio/UMCH/AVANCE%20DEL%20PAT/FUNTES/2019_Chavez-Suarez.pdf
- Miu, Diego. (2018), CENTRO ESPECIALIZADO DE ALTO RENDIMIENTO DEPORTIVO. Lima. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Recuperado de file:///C:/Users/nanch/OneDrive/Escritorio/UMCH/AVANCE%20DEL%20PAT/FUNTES/MIU_LD2.pdf
- García, Carola, Morales, Andrea y Valencia, Rosa. (2018), IMPLEMENTACION DE UNA CUNA-GUARDERIA PARA NIÑOS DE 3 MESES A 2 AÑOS 11 MESES CON

Recuperado de

file:///C:/Users/nanch/OneDrive/Escritorio/UMCH/AVANCE%20DEL%20PAT/FUENTES/PROYECTO%20PETIT%20POUSSE%20FINAL%2012%2002%2017.pdf

- Recuperado de <https://elperuano.pe/noticia.aspx?id=4834>
- Recuperado de <https://www.forbes.com/profile/lorenzo-fertitta/#4b4c440563d1>
- Organismos mundiales y el consejo universal de boxeo. (2004). Paraguay: ABC en el este. Recuperado de <https://www.abc.com.py/deportes/organismos-mundiales-y-el-consejo-universal-de-boxeo-760472.html>
- El régimen laboral especial de la pequeña empresa y los costos laborales de la empresa Camal Frigorífico Lurín S.A.C. (2019). Lima, Perú. Universidad Autónoma del Perú. Recuperado de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/289278/Art%C3%ADculo_REMYPE_-_Enero_2019.pdf
- Población y vivienda. (2019). INEI. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/poblacion-y-vivienda/>
- Correo Institucional. (2019). El 46,7% de la población que usa internet lo hace exclusivamente por teléfono móvil en el trimestre julio-agosto-setiembre de 2019. Lima, Perú. INEI. Recuperado de <http://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-467-de-la-poblacion-que-usa-internet-lo-hace-exclusivamente-por-telefono-movil-en-el-trimestre-julio-agosto-setiembre-de-2019-12001/>
- Plan Gestión Medio Ambiente. (2016). País. Recuperado de [file:///C:/Users/nanch/Downloads/PL-GE-015%20Plan%20Medio%20Ambiente%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/nanch/Downloads/PL-GE-015%20Plan%20Medio%20Ambiente%20(3).pdf)
- Política Nacional del Ambiente. (2009). Lima, Perú. Ministerio del Ambiente. Recuperado de <http://www.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2013/08/Pol%C3%ADtica-Nacional-del-Ambiente.pdf>

- Boxear dentro de una liga: conoce las federaciones y asociaciones de boxeo más importantes del mundo. (2020). Superprof blog. Recuperado de <https://www.superprof.es/blog/mejores-asociaciones-boxeo/>
- Normas legales. (2008). Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ds008-2008.pdf>
- Mundo fitness: entrenamientos alternativos, tendencias y expectativas en el gimnasio. (2018). Lima, Perú. Diario Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/tendencias/estilos/mundo-fitness-entrenamientos-alternativos-tendencias-expectativas-gimnasio-244279-noticia/?ref=gesr>
- Volvemos a La Escuela. (2020). España. Diario AS. Recuperado de https://as.com/opinion/2020/06/13/blogs/1592078444_687063.html
- Foro de foros. Madrid. Recuperado de <https://www.forodeforos.org/perfiles/jero-garcia-boxeador-fundacion/>
- Recuperado de https://www.facebook.com/PFC.PeruFightingCenter/?ref=page_internal
- Recuperado de <https://www.facebook.com/jero.garcia/>
- Niveles Socioeconómicos. (2019). Lima. Recuperado de <http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2019/12/NSE-2019-Web-Apeim-2.pdf>
- Perú: Enfermedades no transmisibles y transmisibles. (2019). Perú. INEI. Recuperado de https://proyectos.inei.gob.pe/endes/2019/SALUD/ENFERMEDADES_ENDES_2019.pdf
- Perú: Población 2019. (2019). Lima. Compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública. Recuperado de http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf
- Ley general de salud. Lima, Perú. Recuperado de <http://www.essalud.gob.pe/transparencia/pdf/publicacion/ley26842.pdf>

- Producto Bruto Interno. (2007). Lima, Perú. Informe Técnico. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/principales_indicadores/informe_tecnico_pbi_i_trim2020.pdf
- Reporte de inflación. (2020). Lima, Perú. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2020/diciembre/reporte-de-inflacion-diciembre-2020.pdf>
- Ring de boxeo y sus partes. Recuperado de https://www.deportrainer.com/blog-deportrainer/78_RING-DE-BOXEO-Y-SUS-PARTES
- Características de los niveles socioeconómicos en el Perú. (2020). Lima, Perú. Recuperado de <https://www.ipsos.com/es-pe/caracteristicas-de-los-niveles-socioeconomicos-en-el-peru>
- Info Casas. Recuperado de <https://www.infocasas.com.pe/casa-como-oficina-en-alquiler-en-surco/187265005?a>
- Banco central de reserva del Perú. (2020). Tasas de interés para mypes bajaron significativamente. Lima, Perú. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Transparencia/Notas-Informativas/2020/nota-informativa-2020-06-28.pdf>
- Rimac Seguros y Reaseguros. (2020). Lima, Perú. Recuperado de <https://www.rimac.com/salud/seguro-accidentes-ninos-jovenes#planes>
- Gob.pe. 2021. Muaythai inicia clases virtuales para masificar este deporte. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/ipd/noticias/285753-muaythai-inicia-clases-virtuales-para-masificar-este-deporte>
- Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña empresa (2003), Disposiciones Generales. Recuperado de <https://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>

- Información jurídica inteligente (2021), Decreto legislativo N°295 – Código Civil. Lima, Perú. Recuperado de https://vlex.com.pe/vid/codigo-civil-42815281#section_237
- Ley N°29571. Código de Protección y Defensa del Consumidor. Diario Oficial El Peruano, Lima, Perú, 2 de septiembre del 2010.
- Normas Legales, 2007. Ley Marco de Licencia de Funcionamiento. Lima, Perú. Recuperado de <https://www.munisurco.gob.pe/wp-content/uploads/2019/05/LEY28976.pdf>
- Normas Legales, 2013. Ley de Protección de Datos Personales. Lima, Perú. Recuperado de <https://diariooficial.elperuano.pe/pdf/0036/ley-proteccion-datos-personales.pdf>



Figura 1. Clases virtuales escuela PFC.



Figura 2. La escuela de boxeo



LUNES MARTES MIERCOLES JUEVES VIERNES SÁBADO

6:00 – 7:00	MUAY THAI	MUAY THAI	MUAY THAI	MUAY THAI	MUAY THAI	
7:30 – 8:30	BOXEO	MUAY THAI	BOXEO	MUAY THAI	BOXEO	MUAY THAI
9:00 – 10:00	MUAY THAI MIXTO	MUAY THAI MIXTO	MUAY THAI MIXTO	MUAY THAI MIXTO	MUAY THAI MIXTO	MUAY THAI
12:00 – 13:00	BOXEO	BOXEO	BOXEO	BOXEO	BOXEO	BOXEO
16:30 – 17:30	BOXEO	BOXEO	BOXEO	BOXEO	BOXEO	
18:00 – 19:00	MUAY THAI	BOXEO	MUAY THAI	BOXEO	MUAY THAI	
19:15 – 20:15	BOX / MUAY THAI	BOX / MUAY THAI	BOX / MUAY THAI	BOX / MUAY THAI	BOX / MUAY THAI	
20:15 – 21:15	BOX / MUAY THAI MIXTO	BOX / MUAY THAI MIXTO	BOX / MUAY THAI MIXTO	BOX / MUAY THAI MIXTO	BOX / MUAY THAI MIXTO	

Figura N°3 HORARIO DE CLASES



HORARIO DE CLASES VIRTUAL

LUNES MARTES MIERCOLES JUEVES VIERNES SÁBADO

7:00 – 8:00	BOXEO	MUAY THAI	BOXEO	MUAY THAI	BOXEO	MUAY THAI
9:00 – 10:00	MUAY THAI MIXTO	MUAY THAI MIXTO	MUAY THAI MIXTO	MUAY THAI MIXTO	MUAY THAI MIXTO	MUAY THAI
11:00 – 12:00	BOXEO	BOXEO	BOXEO	BOXEO	BOXEO	BOXEO
19:30 – 20:30	MUAY THAI	MUAY THAI	MUAY THAI	MUAY THAI	MUAY THAI	
21:00 – 22:00	MUAY THAI MIXTO	MUAY THAI MIXTO	MUAY THAI MIXTO	MUAY THAI MIXTO	MUAY THAI MIXTO	

Figura N°6 HORARIO DE CLASES

CARACTERISTICAS DE LOS NIVELES SOCIOECONÓMICOS EN EL PERÚ

	Ingreso Promedio	Gasto Mensual
NSE A	S/ 12,660	62%
NSE B	S/ 7,020	68%
NSE C	S/ 3,970	75%
NSE D	S/ 2,480	80%
NSE E	S/ 1,300	87%

Figura 7. Ingreso Promedio por Nivel Socioeconómico

TABLA N° 1: FEDERACIONES DEPORTIVAS RELACIONADAS AL DEPORTE DE CONTACTO

N°	Deporte	Federación Deportiva Nacional	Dirección
1	Kick Boxing	Federación Deportiva Peruana de Kickboxing y Deportes de Contacto	Estadio Nacional, puerta 26 3er piso- Lima
2	Kung Fu	Federación Deportiva Peruana de Kung Fu	Madre De Dios 281 - Santa Beatriz
3	Lucha Amateru	Federación Deportiva Peruana de Lucha Amateur	Coliseo Cerrado Puente del Ejército - Lima
4	Muay thai	Federación Deportiva Peruana de Muay Thai	Calle Las Moras 386 dpto. 703, Urb. Aurora, Miraflores
5	Tae Kwon Do	Federación Deportiva Peruana de Tae Kwon Do	Av. Del Aire s/n Cdra. 8, San Luis - VIDENA
6	Box	Federación Deportiva Peruana de Boxeo	Calle José Díaz 125, Puerta 11 AB, Estadio Nacional, Cercado de Lima
7	Judo	Federación Deportiva Peruana de Judo	Av. Del Aire s/n Cdra. 8, San Luis - VIDENA
8	Karate	Federación Deportiva Peruana de Karate	Av. del Aire s/n Cdra. 8, San Luis - VIDENA

Fuente: Instituto Peruano del Deporte (IDP)

Elaboración Propia

Tabla N°3
Perú: PRODUCTO BRUTO INTERNO
 (Variación porcentual del índice de volumen físico respecto al mismo período del año anterior)
 Año Base 2007=100

Actividad	2019/2018					2020/2019
	I Trim.	II Trim.	III Trim.	IV Trim.	Año	I Trim.
Economía Total (PBI)	2,4	1,2	3,2	1,8	2,2	-3,4
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	4,9	1,9	1,3	5,3	3,2	2,9
Pesca y acuicultura	-20,3	-32,2	14,0	-29,0	-25,2	-15,3
Extracción de petróleo, gas y minerales	-0,5	-2,3	0,3	2,1	-0,1	-5,2
Manufactura	-0,9	-6,8	4,1	-2,3	-1,7	-10,0
Electricidad, gas y agua	5,9	3,8	3,7	2,4	3,9	-2,1
Construcción	2,3	7,3	3,3	-4,6	1,6	-13,3
Comercio	2,4	2,8	3,3	3,6	3,0	-6,2
Transporte, almacenamiento, correo y mensajería	2,4	2,0	2,1	2,7	2,3	-5,4
Alojamiento y restaurantes	3,7	4,5	5,1	5,3	4,7	-10,6
Telecomunicaciones y otros servicios de información	7,4	7,6	4,0	3,5	5,6	3,9
Servicios financieros, seguros y pensiones	4,6	3,5	4,9	5,2	4,5	3,5
Servicios prestados a las empresas	3,4	3,4	3,7	3,3	3,4	-1,6
Administración pública y defensa	5,0	4,9	4,9	5,0	4,9	4,7
Otros servicios	3,4	3,9	3,7	4,0	3,8	2,7
Total Industrias (VAB)	2,4	1,2	3,2	2,0	2,2	-3,2
Otros impuestos a los productos y DM	2,6	1,6	3,8	0,1	2,0	-5,1

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

Tabla N°4
CRÉDITO AL SECTOR PRIVADO DE LAS SOCIEDADES CREADORAS DE
DEPÓSITO, POR TIPO DE CRÉDITO

	TASAS DE CRECIMIENTO ANUAL (%)				
	ANNUAL GROWTH RATES (%)				
	A Empresas 2/	Consumo 3/	Hipotecario 3/	TOTAL	
2018					2018
Jun.	8,0	11,9	9,5	9,1	Jun.
Jul.	7,0	12,9	9,9	8,8	Jul.
Ago.	7,5	12,9	9,6	9,0	Aug.
Set.	7,8	12,8	9,5	9,2	Sep.
Oct.	7,6	13,5	9,0	9,1	Oct.
Nov.	6,8	13,5	8,3	8,5	Nov.
Dic.	7,6	13,1	9,1	9,1	Dec.
2019					2019
Ene.	6,8	13,5	9,1	8,7	Jan.
Feb.	6,0	13,2	8,8	8,0	Feb.
Mar.	6,9	13,5	9,1	8,7	Mar.
Abr.	5,8	13,3	9,1	8,0	Apr.
May.	5,5	12,9	9,0	7,7	May.
Jun.	5,5	13,0	9,1	7,8	Jun.
Jul.	5,9	12,7	8,7	7,9	Jul.
Ago.	6,2	13,1	9,2	8,2	Aug.
Set.	5,0	13,4	9,1	7,5	Sep.
Oct.	6,6	13,0	9,0	8,4	Oct.
Nov.	5,8	13,1	9,0	8,0	Nov.
Dic.	4,2	12,8	9,0	7,0	Dec.
2020					2020
Ene.	4,5	12,8	9,2	7,2	Jan.
Feb.	6,2	12,7	9,5	8,3	Feb.
Mar.	7,6	10,2	8,0	8,3	Mar.
Abr.	9,1	6,8	7,1	8,3	Apr.
May.	19,4	4,3	6,1	13,7	May.
Jun.	20,1	1,6	4,6	13,3	Jun.

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú

Tabla N°5
Población Estimada y Proyectada por sexo

Años	Población		
	Total	Hombres	Mujeres
2020	32,824,358	16,431,465	16,392,893
2021	33,149,016	16,591,315	16,557,701
2022	33,470,569	16,749,517	16,721,052
2023	33,788,589	16,905,832	16,882,757
2024	34,102,668	17,060,003	17,042,665
2025	34,412,393	17,211,808	17,200,585
2026	34,718,378	17,361,555	17,356,823
2027	35,020,909	17,509,419	17,511,490
2028	35,319,039	17,654,900	17,664,139
2029	35,611,848	17,797,523	17,814,325
2030	35,898,422	17,936,806	17,961,616

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) - Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población, 1950 - 2050. Boletín de Análisis Demográfico N° 36.

Elaborado: Adaptación Propia

Tabla N°6
Análisis de mercado

	Barranco Muay Thai	Escuela de Campeones F-14	Knock Out Gloves
Ubicación	Jirón Progreso 205 Lima 04 Barranco, Perú	El Zodiaco #459 (Complejo Deportivo Alborada), Urb. Alborada – Surco	Santiago de Surco
Clases	Box Boxeo Tailandés (Muay Thai)	Boxeo Tailandés (Muay Thai)	Box Boxeo Tailandés (Muay Thai)
Horarios	Lun a Vier 6am – 9pm Sábado 9am – 12m	Lun a Vier 7am – 8:20pm Sábado 8am – 11am	Lun a Vier 8am – 8pm Sábado 8am – 12m
Precios	Box 1 mes (Martes y Jueves) – S/120 Muay thai 1 mes – S/200 Virtual 1 mes (Lun – Mier – Vier) – S/ 120	Muay thai 1 mes – S/ 300 Virtual 1 mes – S/180	Box 1 mes – S/ 200 Muay thai 1 mes – S/ 250 Virtual 12 sesiones por mes – S/ 130

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°7

Demanda en soles de clientes

Población Surco NSE B/C 13-39años	115,551
Cantidad promedio de venta al año	2
TOTAL DEMANDA (UNID)	231,102
Precio promedio de venta	193.50
TOTAL DEMANDA EN SOLES	S/.44,718,237.00

Fuente: Investigación Propia

Tabla N°8

Cálculo de precios y proyección de ventas

Promedio cantidad de venta al año	275
Precio promedio de venta	193.5
Total de competidores identificados	5

Cant venta al año (unidades)	1,375
Venta (en soles)	266,063

OPORTUNIDAD DE MERCADO

Cant de venta (total demanda libre)	229,727
Cant de venta soles (total demanda libre en soles)	S/.44,452,174.50

Fuente: Investigación Propia

Tabla 9

Perú 2019: Población y hogares según departamento y provincias
(En miles de personas)

DEPARTAMENTO PROVINCIA	Población	% Respecto al DPTO	Hogares
TOTAL PERU	32,495.5	100.0	8,580.5
Lima	11,591.4	100.0	320.7
Lima	9,488.5	81.7	2,446.3
Callao	1,100.4	9.5	276.8
Cañete	265.4	2.3	69.6
Huaura	251.2	2.2	67.0
Huaral	202.9	1.8	51.9
Barranca	159.1	1.4	41.9
Huarochari	63.4	0.5	18.0
Yauyos	21.5	0.2	4.9
Oyon	19.5	0.2	4.9
Canta	12.4	0.1	4.1
Cajatambo	7.1	0.1	2.2

Fuente: CPI
Elaboración propia

Tabla 10

Lima Metropolitana 2019: Población y hogares según distritos
(En miles de personas/hogares)

No.	DISTRITO	Población	%	Hogares
11	Santiago de Surco	360.4	3.4	103.5

Fuente: CPI
Elaboración propia

Tabla 11

Lima metropolitana 2019: Población por segmento de edad

Grupo de edad	TOTAL	
	MILES	%
00 - 05 años	941.7	8.9
06 - 12 años	1,102.1	10.4
13 - 17 años	828.5	7.8
18 - 24 años	1,357.4	12.8
25 - 39 años	2,683.4	25.5
40 - 55 años	2,086.5	19.7
56 - + años	1,581.3	14.9
TOTAL	10,580.9	100

Fuente: CPI
Elaboración propia

Tabla 12

Lima Metropolitana 2019: Población por segmento de edad (13-39)

DISTRITO	MILES DE PERSONAS
Santiago de Surco	165,784.00

Fuente: CPI

Elaboración propia

Tabla 13

Lima Metropolitana 2019: Población por segmento de edad y nivel socioeconómico

EDAD	MILES	NSE B Y C
13 - 39 AÑOS	165,784	69.7%
TOTAL		115,551.45

Fuente: APEIM

Elaboración propia

ANEXOS

**GUÍA DE PAUTAS
NIVEL DE SATISFACCION DE LA ESCUELA DE ARTES
MARCIALES
Noviembre / 2020**

I. PRESENTACIÓN

Buenas tardes mi nombre es Alvaro Igreda y estoy realizando un estudio sobre la viabilidad de una escuela de boxeo y muay thai.

La idea es poder conocer sus distintas opiniones para recopilar esta información. En este sentido, siéntanse libres de compartir sus ideas en este espacio. Aquí no hay respuestas correctas o incorrectas; lo que importa es justamente su opinión sincera.

II. FASE DE CALENTAMIENTO

Objetivo: El objetivo de esta parte es conocer y confirmar el perfil del grupo participante, su experiencia en escuelas de artes marciales, así como presentar al moderador del Focus y romper el hielo con ellos.

- ¿Cuál es tu nombre?
- ¿Cuál es tu pasatiempo favorito? ¿Y algún otro?
- ¿Qué planes para año nuevo?

III. ASPECTOS GENERALES DEL DEPORTE DE ARTES MARCIALES

Objetivo: El objetivo de esta parte es determinar el uso de este deporte, cuáles son sus preferencias y que factores las determinan.

- Entrando al mundo del deporte, díganme ¿Qué es lo primero que se le viene a la mente? ¿por qué? ¿algo más que quieran acotar?
- ¿Con qué frecuencia ustedes practican algún deporte?

- Actualmente, ¿Qué beneficios creen que aporta el realizar un deporte de contacto? ¿Por qué?
- ¿Utilizan algún material para realizar algún deporte? ¿Desde cuándo la usan?, ¿Qué los motivó a usarla?
- ¿De qué manera les es útil para su vida cotidiana? ¿De qué forma ha cambiado su vida? ¿Cómo creen que será en el futuro?

IV. HÁBITOS DE LAS PERSONAS QUE USAN EL SERVICIO DE BOX Y MUAY THAI

Objetivo: El objetivo de esta parte es identificar las actividades de los usuarios en el servicio del box y muay thai.

- ¿Han entrenado en alguna escuela de box o muay thai?

SI **NO** HAN ENTRENADO EN ALGUNA ESCUELA DE BOX, PREGUNTAR

- ¿Por qué no? ¿Qué limitaciones le ven?
- Si pudieran tener una clase gratis de prueba. ¿La realizarían?

SI es **SI**, PREGUNTAR

- ¿Qué materiales se utilizan?
- ¿Con qué frecuencia lo practican?
- ¿Qué beneficios les trae con su vida?
- ¿Han participado en competencias internas, campamentos o seminarios en la escuela? ¿Qué opinan sobre esas actividades?
- ¿Dónde las realizan? ¿En qué horario en la realizan? ¿Por qué?
- ¿Cuánto están dispuestos a pagar por un servicio de artes marciales? ¿Por qué?
-

V. PERFIL DEL GIMNASIO DE SU ELECCIÓN:

Objetivo: El objetivo de esta parte es evaluar el servicio ofrecido por los gimnasios, así como identificar las características más significativas para los clientes.

- ¿Están satisfechos con el servicio que les brinda estos gimnasios? ¿Por qué?
- A su criterio ¿Qué características consideran para decidirse por un gimnasio? ¿Por qué?
- ¿Qué no les gustaría que tenga un gimnasio de box y muay thai? Descríbanlo.

- ¿Cuáles son las fortalezas del gimnasio donde entrenan o han entrenado? ¿Por qué? ¿Y tienen algo por mejorar? ¿Qué cosas? ¿Por qué?
- ¿Por qué medio vieron, escucharon o leyeron sobre el gimnasio donde entrenan?
- ¿Consideran favorable recibir información acerca de competencias, promociones, capacitaciones nutricionales? ¿a través de qué medio lo recibirían? ¿Qué otros tipos de información les gustaría recibir?
- ¿Qué opinan sobre las escuelas de artes marciales que brindan sus servicios virtualmente dada la coyuntura que estamos atravesando?
- ¿Qué ventajas o desventajas consideran que puede tener un entrenamiento vía online?

KNOCK OUT GLOVES es una escuela donde brindaremos servicio de entrenamiento de box y muay thai para personas de 13 a 35 años de edad. Contaremos con entrenadores calificados y con años en la enseñanza de estos deportes.

La escuela brindará clases de prueba sin compromiso donde podrán consultar sus dudas al respecto. También, ofreceremos descuentos para la segunda persona familiar o amigo que desee inscribirse. Además, realizaremos competencias internas y externas con otras escuelas, campamentos.

Brindaremos entrenamientos virtuales personales y grupales, asesoría nutricional totalmente gratuito.

Me podrían comentar, ¿Qué les parece la propuesta de esta escuela? ¿La aceptarían? ¿Por qué?

FOCUS GROUP

Buenas tardes mi nombre es Alvaro Igreda y estoy realizando un estudio sobre la viabilidad de una escuela de boxeo y muay thai.

La idea es poder conocer sus distintas opiniones para recopilar esta información. En este sentido, siéntanse libres de compartir sus ideas en este espacio. Aquí no hay respuestas correctas o incorrectas; lo que importa es justamente su opinión sincera.

Para empezar, me pueden decir su nombre, se presentan e indicarme cuál es su pasatiempo favorito.

Mi nombre es Estrella Boza, tengo 23 años y mi pasatiempo favorito es entrenar, montar bicicleta, pasar tiempo con mis amigos y viajar.

Mi nombre es Mirella Menacho, mi pasatiempo favorito es viajar, hacer deporte en general de lo que sea, me gusta ahora bastante el boxeo y toco guitarra.

Mi nombre es Jhonatan Altamirano, tengo 28 años y mi pasatiempo es hacer deporte, montar bicicleta y estudiar idiomas.

Mi nombre es Joel Meza, tengo 25 años, mi pasatiempo favorito es escuchar música, jugar tenis o hacer cualquier tipo de deportes.

Mi nombre es Jesús Vargas, tengo 23 años, me gusta manejar bicicleta y tocar guitarra

Mi nombre es Giuseppe Romero, tengo 24 años, me gusta entrenar futbol, tenis y box.

Entrando al mundo del deporte, díganme ¿Qué es lo primero que se le viene a la mente? ¿por qué? ¿algo más que quieran acotar?

Joel: Sudar

Mirella: Desestrés

Jhonatan: Salud

Estrella: Pasión

Jesús: Controlar tus emociones

¿Con qué frecuencia ustedes practican algún deporte?

Mirella: 2 o 3 veces a la semana

Jesús: diario, monto bicicleta todos los días

Jhonatan: 3 veces a la semana en general y los fines de semana a veces full bicicleta

Giuseppe: 3 veces a la semana

Estrella: Manejo bicicleta todos los días y actualmente estoy practicando muay thai

Joel: 1 a 2 veces a la semana

Actualmente, ¿Qué beneficios creen que aporta el realizar un deporte de contacto?

¿Por qué?

Joel: Controla tus emociones, porque liberas todo el estrés que tienes adentro

Giuseppe: Yo pienso que además de generar una competencia te ayuda de alguna manera a controlar tus emociones, en el caso del deporte de contacto entender que es un deporte y que después realizado la actividad que no haya ningún altercado, malos entendidos

Jhonatan: Te ayuda tanto en lo físico y lo mental, personalmente me ayudaba bastante a desestresarme de las cosas que tenía y físicamente porque un deporte de contacto es un deporte contacto donde trabajas todo el cuerpo

Estrella: Creo que también es el tema físico porque te brinda mucha salud, buen ritmo físico, y en lo mental, psicológico te vuelve una persona más pasiva, tranquila que no reacciona al primer contacto, sino que sabe masomenos como controlarse y de acuerdo a ello lo aplicas a tu vida en tu día a día

¿Utilizan algún material para realizar algún deporte? ¿Desde cuándo la usan?,

¿Qué los motivó a usarla?

Joel: Yo uso estabilizador de rotula desde los 15 años porque tuve una rotura de meniscos y tuve 3 operaciones

Mirella: En el boxeo uso guantes para evitar fracturas en mis manos, cuando salgo a manejar bicicleta con casco, viendo en que lo peor puede pasar en cualquier momento no

Jesús: Llevo casco y guantes para la bicicleta y cualquier cosa que me haga falta no

Estrella: Uso corrector de postura para cuidar un poco mi espalda porque trabajo todo el día sentada, y cuando entreno muay thai uso vendas, guantes, casco depende del deporte que practique en ese momento

Jhonatan: Cuando uso bicicleta casco, guantes. También utilizo corrector de postura hace un mes y es bueno

Se conecta una persona más...

Podrías presentarte y decirnos tu pasatiempo favorito

Mi nombre es Jimena Carhuancho, me gusta bailar, actuar y nadar.

¿De qué manera les es útil para su vida cotidiana? ¿De qué forma ha cambiado su vida? ¿Cómo creen que será en el futuro?

Estrella: Bueno yo practico muay thai desde que tengo 17, 18 años comenzó como un hobby, como un gusto para ponerme en forma, cuidar mi físico. Cambió mucho mi vida porque me volvió una persona más calmada con mis emociones, también más saludable. Considero que ayuda mucho más en lo mental, por defensa personal ya que estamos viviendo en una sociedad un poco agresiva.

Mirella: Yo lo empecé por bajar de peso, hacía ejercicio en casa, pero quise cambiar por un deporte más entretenido, y por querer bajar de peso y como mencionó Estrella, la mentalidad cambia también, vas botando el estrés de muchas cosas y te hace crecer como persona.

Jimena: Practiqué el muay thai hace 4 años, y bueno lo empecé a practicar porque como estudiaba me dejaban un montón de trabajos y más que nada por desestresarme, me ayudaba un montón, me relajaba un montón, al principio entrenaba una hora y luego dos horas. Me ayudó a bajar de peso, me formó y me cambio hábito alimenticio porque antes

comía full grasa y me terminó gustando y bueno ahora por estudio y trabajo no lo practico mucho.

Joel: Uno practicaba boxeo para defenderme, lo practicaba en la mañana para sentirme más activo en el día, como ir a correr por las mañanas antes de empezar tus labores empiezas super ligero, tu estado de ánimo de por sí cambia bastante. Además, tu nivel de grasa baja muy rápido de peso

Jhonatan: Practiqué muay thai hace dos años, y lo hice personalmente porque ya me interesaba, pero no me animaba, y lo hice durante las vacaciones. Me ayudo bastante en lo físico y lo mental, me sentía más desestresado, más aligerado, porque llegaba entrenaba duro y me sentía bacán.

Jesús: Practiqué muay thai hace dos años para probar y en verdad me gustó porque como la mayoría cuenta te ayuda a liberar mental como físicamente entonces una vez que practicas y haces todo lo que puedes terminas super cansado y más tranquilo empiezas hacer tus cosas, también por la universidad por los trabajos a veces te estresas y con esto era una forma de relajarte de todo eso y estar tranquilo el resto del día.

¿Qué materiales se utilizan?

Joel: Saco, guantes, vendas de manos, algunas veces pechera y casco, también el protector bucal

Jhonatan: Casco, protector bucal, cintas para las manos y una especie de protector para las piernas

¿Con qué frecuencia lo practican?

Joel: Lo practicaba 4 veces a la semana

Jhonatan: 3 veces a la semana

Jimena: 4 veces a la semana o interdiario

Mirella: 3 veces a la semana

Estrella: De lunes a viernes por casi tres horas, y últimamente lo he estado llevando interdiario por la cuarentena dos horas

Jesús: 6 veces a la semana, los domingos no iba

¿Qué beneficios les trae con su vida?

Joel: Buena salud, buen ritmo cardiaco y buena resistencia

Jhonatan: Definitivamente salud, bastante ayuda

Jimena: Salud, resistencia, alimentación

Estrella: Liberar muchas toxinas, botar todo lo malo que todo carga en el día, mejora tu alimentación, salud, mejora la postura, es un complemento de todo no.

¿Han participado en competencias internas, campamentos o seminarios en la escuela? ¿Qué opinan sobre esas actividades?

Joel: Ayuda mucho, yo entrenaba en la federación de villa el salvador. Ayuda porque en ese distrito hay bastantes jóvenes que se pierden en las drogas, alcohol y los ayudaba bastante. Los chicos que entrenaban vieron que se alejaban de esa vida y ayudaba a que dejen ese estilo de vida tan malo.

Jesús: Yo no tuve la oportunidad de participar, pero si sé que ayuda a promover a que la gente se quiera superar y así al deporte también para que los jóvenes interesados sigan practicando un deporte que en verdad ayuda a mucha gente a salir del mal camino.

Jimena: No tuve la oportunidad de competir, pero si he visto casos y me parece super chévere e interesante porque aplicaban lo que te enseñaban no, la defensa y todo. Y también ayudaba a que la gente lo tome en serio y se alejaran de cosas malas.

Jhonatan: Tampoco tuve la oportunidad de estar en esos eventos como participante, pero si fui a verlos y me parece recontra bacán que haya personas que el deporte les hayan cambiado la vida y eran buenos.

Mirella: Tampoco he participado, pero si me gustaría porque motiva a la competitividad porque una cosa es entrenar y otra es enfrentarte a otra persona. Si me gustaría hacerlo.

¿Dónde las realizan? ¿En qué horario en la realizan? ¿Por qué?

Joel: Fue en la federación de Villar el Salvador y en el barrio obrero en La Victoria. Entrenaba a las 7 de la mañana, a veces a las 6, porque te activa para el día.

Estrella: Si tuve una competencia interna, fue un poquito fuerte. Entrenaba de 6 de la tarde hasta casi 10 de la noche todos los días excepto sábados y domingos porque en las mañanas estudiaba y trabajaba.

Jhonatan: De 4pm a 5pm

Jesús: De 8am a 10:30am porque en la tarde estudiaba y me era más practico empezar el día bien haciendo ejercicio y estaba tranquilo y relajado a la hora de las clases

Jimena: De 6pm a 8pm porque en la mañana estudiaba y en la tarde me desestresaba.

¿Cuánto están dispuestos a pagar por un servicio de artes marciales? ¿Por qué?

Joel: Depende bastante el tipo de entrenamiento, la calidad de profesores y de materiales que haya y el tiempo de entrenamiento supongo que entre unos S/250 a S/350 quizás a S/400 si es de buena calidad.

Estrella: De igual manera, depende de los materiales que te puedan brindar no, los pads estén bien, que el saco sea adecuado, que el tatame esté limpio, que puedas tener un servicio completo también puede ser de S/400

Jhonatan: Igual depende de la calidad de los materiales, de los profesores, del lugar, estaría bien S/400.

Mirella: Pienso lo mismo, la calidad de los profesores, de la ubicación de la escuela también depende mucho el precio, de la infraestructura del lugar entre unos S/300 a S/400.

¿Están satisfechos con el servicio que les brinda estos gimnasios? ¿Por qué?

Joel: Cuando entrené box, no tanto porque era en la federación y no tenían las mejores cosas, pero cuando estaba en algún gimnasio si, si me he sentido satisfecho.

Jhonatan: Si me sentí satisfecho porque era el primer gimnasio que iba a practicar un deporte de contacto, de repente la segunda vez que vaya a otro gimnasio podría comparar. Pero la primera vez que fui si me sentí satisfecho por lo que aprendí.

Jesús: De la misma manera, cuando fui la primera vez a entrenar muay thai no había tenido previos entrenamientos en otros. Para mi si me fue bien porque aprendí varias cosas.

Jimena: También me sentí satisfecha porque era la primera vez que iba a un gimnasio a practicar muay thai. El profesor me tenía mucha paciencia porque yo era muy floja pero el profesor me incentivaba y los materiales todo era un ambiente muy bonito, si 100% satisfecha.

Mirella: Yo lo empecé practicando al aire libre y de hecho me gusta más porque usualmente entrenaba en mi casa o en un lugar cerrado, pero ahora me gusta hacerlo en un lugar al aire libre.

A su criterio ¿Qué características consideran para decidirse por un gimnasio?

¿Por qué?

Jhonatan: Desde mi punto de vista la calidad de materiales y la calidad de profesores.

Estrella: También la metodología de enseñanza, no todas las escuelas tienen la misma metodología y esto también va variar de acuerdo a la persona que tiene distintas maneras de aprender. Entonces, va depender mucho de la metodología que el profesor vaya utilizar y de la estructura no, porque hay que tener un lugar adecuado para entrenar.

Mirella: Yo también creo la metodología de los profesores y aparte si tener en cuenta la ubicación, intentaría buscar un lugar que sea cerca a mi casa.

¿Qué no les gustaría que tenga un gimnasio de box y muay thai? Descríbanlo.

Mirella: El aforo, que no haya excesivo alumnado para el local o para los materiales que haya. Tal vez en algunas academias tienen ciertos elementos y hay el doble de alumnos y hay que prestar. No me parece mal, pero si uno está pagando una cantidad razonable creo que debería ser un poco más especializado.

Jesús: Creo que también depende de la limpieza, porque algunos de estos centros prestan guantes o vendas para las manos y a veces hay bastantes estudiantes que usan la misma prenda de manos y como que no es un poco limpio o higiénico.

Estrella: Al menos cuando yo empecé a entrenar me recalcaron que las cosas que tenía que llevar eran guantes, vendas, protector bucal tenía que tenerlo bien personal porque así uno se cuida y cuida a los demás. Lo que si no me gustaría es encontrar un tatame sucio o el piso donde encuentro sucio porque normalmente cuando yo entreno muay thai lo hago descalza sin zapatos sin medias entonces para cuidar mi salud eso es lo principal, primero me fijo donde voy a pisar y donde va estar mi cuerpo expuesto no, ante cualquier caída.

Jhonatan: Creo que no me gustaría ver con respecto a limpieza y a puntualidad, que a tal hora tiene que empezar la clase y a tal hora tiene que comenzar. Que empieza la clase a la hora que debe ser.

¿Cuáles son las fortalezas del gimnasio donde entrenan o han entrenado? ¿Por qué?

Estrella: Desde que empecé a entrenar hasta ahora en la cuarentena, ha sido la metodología, la técnica que me han enseñado, la paciencia también porque hay tantas cosas que uno no sabe y tiene que ir de a pocos. Y creo que eso es lo que más rescato ante cualquier cosa, independientemente del lugar que sea, que me puedan enseñar muchas más cosas mejor para mí.

Jesús: Las fortalezas que recalcar donde practicaba, era que tenían buena técnica de enseñanza y era accesible a mi lugar de estudio también.

¿Y tienen algo por mejorar? ¿Qué cosas? ¿Por qué?

Jhonatan: La puntualidad de los profesores y que estén 100% para los alumnos no, no que estén en el celular en medio de la clase.

Jesús: El aforo, porque recuerdo que había muchos alumnos para un lugar que era muy chico, entonces era un poco incómodo a veces practicar porque chocabas con alguien más.

Joel: A veces calidad de profesores, mayor regulación porque quieras o no al ser un deporte de contacto a veces hay personas que no tienen la educación de saber que lo del deporte se queda en el deporte no, y a veces intentan buscar otro tipo de conflictos.

Estrella: En mi caso eran los servicios higiénicos porque éramos muchas personas entrenando solo en el horario de la noche éramos varios entre mujeres y hombres y había 2 baños y eran muy poco para tanto alumnado que había, un baño para hombres y un baño para mujeres, y uno tenía que estar esperando, de hecho, que uno se quiere cambiar rápido porque el cuerpo se enfría y te puede hacer daño.

Mirella: Vuelvo a recalcar lo del aforo porque debe ser de acuerdo al espacio donde uno se encuentra, y también del aforo pasa lo que dice Estrella no, los servicios higiénicos, luego la gente se mezcla más. Debe ir de acuerdo al espacio del lugar.

¿Por qué medio vieron, escucharon o leyeron sobre el gimnasio donde entrenan?

Joel: Amigos

Jhonatan: Por el Facebook, indagué gimnasios cerca a mi casa y encontré

Jimena: En mi caso fue por una amiga que entrenaba ahí, y me pasó el dato, fui, miré el lugar y me gustó.

Mirella: Por recomendación también usualmente cuando me meto a cualquier tipo de deporte es por recomendación de un amigo o amiga.

Estrella: Me pasa el dato la amiga de mi hermano, pensé que era un gimnasio como los que ya había estado antes no sabía ni siquiera que era el muay thai así que cuando empecé a practicar recién me enteré masomenos de qué era. Así que básicamente fue por recomendación de ella.

Jesús: En mi caso también fue por un amigo de confianza, que me recomendó practicar e ir a ese lugar no, y me gustó

¿Consideran favorable recibir información acerca de competencias, promociones, capacitaciones nutricionales?

Joel: Claro sí, eso sería un gran plus para un centro de entrenamiento.

Jhonatan: Creo que estaría bien, complementaria el entrenamiento que estas llevando.

Estrella: En mi caso igual creo que durante el periodo que he estado entrenando hasta ahora también he seguido recibiendo ese apoyo nutricional, y también por un lado mejor para saber cómo esta uno físicamente y saber si tiene una molestia eso aporta mucho sobre todo el tema de la alimentación que haya un nutricionista que nos pueda apoyar eso también sería un plus.

Jesús: Me parece que sí, le da un valor agregado al gimnasio. Muchas veces entrenamos, pero no sabemos sobre alimentación y esas cosas y a algunas personas les hace falta, entonces complementa todo.

Mirella: Si yo también creo lo mismo, creo que, si es que quieres mejorar tu salud, no solamente es haciendo ejercicios físicos sino también alimentándote mejor no, es un complemento, y si un lugar ofrece ambas cosas sería bueno.

¿a través de qué medio lo recibirían? ¿Qué otros tipos de información les gustaría recibir?

Joel: Lugar donde comprar suplementos buenos y de confianza, a buen precio, lugar donde comprar materiales, buenos y de buen precio.

Estrella: Donde comprar buenas proteínas para las competencias, sobre todo cuando uno quiere cambiar de pads, de guantes, de vendas, bucal propio me gustaría recibir promociones mediante el teléfono, que me puedan mandar esos datos cosa de que si quiero puedo cambiar mis implementos no.

Mirella: Si lo mandan por whatsapp normal, recibir promociones, hay algunos gimnasios que si tienen alianzas con algunas tiendas que te dan 10% de descuento cosas así, como cupones.

Jesús: Creo que, si me gustaría recibir promociones y, como comentaron, a través de whatsapp porque es la aplicación que todos tienen ahorita entonces se les hace más fácil.

¿Qué opinan sobre las escuelas de artes marciales que brindan sus servicios virtualmente dada la coyuntura que estamos atravesando?

Joel: Creo que es posible pero muy difícil ya que para practicar un arte marcial hay bastante técnica hasta para el más mínimo puño entonces son cosas que se tienen que hacer presencialmente, para que un instructor te pueda ayudar a como mover tu cuerpo con cada golpe o cada movimiento.

Estrella: En mi caso, yo he llevado mis clases por la cuarentena por zoom, de hecho, no es tan complicado como parece, pero si tiene que ver bastante técnica, pero también está el hecho de que como uno está encerrado sin hacer nada pues ayuda bastante a hacer cardio a recuperar el físico que pierdes y si me parece una buena opción de hecho cuando estuvimos en plena cuarentena pues yo lo hacía y fue un plus adicional a todo lo que nos brindaba, muy bueno y muy entretenido.

Jhonatan: Creo que debido a la coyuntura que estamos pasando, como explico uno de los chicos, depende más de la técnica, creo que debe ser más presencialmente, talvez en las clases virtuales es un poco diferente no perfeccionas tanto tu técnica que cuando estarías con un profesor a lado de ti explicándote como debería ser tal golpe o tal patada.

Mirella: Creo que también no podría igualar un entrenamiento presencial pero también es una buena opción no me parece una mala alternativa, pero creo que también definitivamente es una opción más económica no porque no estas usando elemento de un gimnasio en específico no, y eso también es parte del costo cuando uno va a los gimnasios, es la enseñanza, la sabiduría del entrenador y el lugar y los elementos, en cambio en clases virtuales estas pagando por la sabiduría del entrenador.

Jesús: Creo que no ayuda mucho porque al más mínimo golpe se necesita una técnica y tienes que verlo en persona para poder afinar esos pequeños detalles.

¿Qué ventajas o desventajas consideran que puede tener un entrenamiento vía online?

Joel: Ventaja creo que es más económico y si es que simplemente quieres entrenar para tener una buena resistencia física o bajar de peso sería buena opción, pero si es para un entrenamiento de competencia si sería una muy mala opción porque para poder mejorar la técnica, como dicen, necesitas a alguien que este a tu lado.

Jhonatan: Yo creo que para un deporte o un hobby de manera virtual creo que, si es bueno, se puede tomar, pero si ya vas a participar de una manera más profesional yo creo que debería ser presencial de todas maneras para que puedas aprender las técnicas que se te va enseñar ahí mismo.

Estrella: En mi caso creo que también, por lo menos cuando lo practiqué durante la cuarentena fue para mantener el físico el cardio igual no sirvió mucho porque uno sigue comiendo pues no por la ansiedad, y no se compara de hecho no se compara con clase presencial que es un trato directo.

KNOCK OUT GLOVES es una escuela donde brindaremos servicio de entrenamiento de box y muay thai para personas de 13 a 35 años de edad. Contaremos con entrenadores calificados y con años en la enseñanza de estos deportes.

La escuela brindará clases de prueba sin compromiso donde podrán consultar sus dudas al respecto. También, ofreceremos descuentos para la segunda persona familiar o amigo que desee inscribirse. Además, realizaremos competencias internas y externas con otras escuelas, campamentos.

Brindaremos entrenamientos virtuales personales y grupales, asesoría nutricional totalmente gratuito.

Me podrían comentar, ¿Qué les parece la propuesta de esta escuela? ¿La aceptarían? ¿Por qué?

Joel: Me gusta la idea, me gusta la competencia entre escuelas, hay pocas escuelas de artes marciales que brindan competencias interescuelas.

Mirella: En mi caso también lo aceptaría, es muy completa, como mencionaste el tema de la nutrición creo que también es muy importante también, si es más personalizado si me parece una buena alternativa y también esto te motiva a competir con otras escuelas.

Jhonatan: Si me parece buena idea porque es completo, por la alimentación y especialmente por la competencia que vamos a competir con otras escuelas y eso creo que a cualquier persona lo motiva.

Estrella: En mi caso también me parece una propuesta muy interesante porque casi muy pocas escuelas te pueden ofrecer un paquete completo y es necesario que los profesores estén certificados, no solo que tengan experiencia, sino que tengan sus documentos que avalen de que están completamente especializados para que puedan dictar clases y que psicológicamente estén 100% aptos no, no solamente para uno sino también para las amistades o la familia que uno quiera inscribir en este deporte.

Jesús: Si iría porque tiene servicio completo no, va desde entrenamiento a competencias y termina con una asesoría en alimentación, algo que los demás casi no tienen.

Bueno chicos esto ha sido todo, les doy las gracias por haber participado y apoyarme en este proyecto de investigación que estoy realizando, bien, eso sería todo entonces gracias.

UNIVERSIDAD MARCELINO CHAMPAGNAT

PROYECTO DE NEGOCIO – Escuela de Box y Muay thai Knock Out Gloves

Esta es una encuesta relacionada a la implementación de una escuela de box y muay thai, un deporte popular entre las personas amantes del deporte de contacto, que va tomando importancia en nuestro país.

Con la finalidad de agrupar sus respuestas con las de otras personas similares a usted, nos gustaría que responda las siguientes preguntas referidas al jefe de hogar:

EL JEFE DE HOGAR es aquella persona, hombre o mujer, de 15 años a más, que vive en la casa y que aporta más dinero o toma las decisiones financieras de la familia.

EL HOGAR es el conjunto de personas que, habitan en la misma vivienda y preparan o consumen sus alimentos en común.

1. ¿Cuál es el máximo nivel de instrucción alcanzado por el jefe del hogar?
 - Sin educación / Educación inicial
 - Primaria incompleta
 - Primaria completa
 - Secundaria incompleta
 - Secundaria completa
 - Superior técnico incompleta
 - Superior técnico completa
 - Superior universitaria incompleta

- Superior universitaria completa
 - Post-Grado universitaria incompleta
 - Post-Grado universitaria completa
2. ¿Cuál de estos bienes tiene en su hogar que esté funcionando?
- Computadora / laptop / Tablet
 - Lavadora
 - Horno microondas
 - Refrigeradora / congeladora
3. El jefe de su hogar Si No
- ¿Tiene auto o camioneta?
 - ¿El auto es de su propiedad o de una empresa?
 - ¿Lo usa para taxi?
4. En su hogar, ¿tiene servicio doméstico, es decir, una persona que ayuda con las tareas del hogar y a la que se le paga? Mínimo que vaya al hogar una vez por semana
- Si
 - No
5. ¿Cuál es el material predominante en los pisos de su vivienda?
- Tierra / Otro material (arena y tablones sin pulir)
 - Cemento sin pulir o pulido / Madera (entablados)/ tapizón
 - Losetas / terrazos, mayólicas, cerámicos, vinílicos, mosaico o similares
 - Laminado tipo madera, láminas asfálticas o similares
 - Parquet o madera pulida y similares; porcelanato, alfombra, mármol
6. El jefe de su hogar ¿está afiliado a algún sistema de prestaciones de salud que aparece en esta tarjeta?
- No está afiliado a ningún seguro

- Seguro Integral de Salud (SIS)
- ESSALUD
- Seguro Salud FFAA/ Policiales
- Entidad prestadora de salud (EPS)
- Seguro privado de salud

7. ¿Cuál es el material predominante en las paredes exteriores de su vivienda?

- Estera
- Madera, Piedra con barro, Quincha (caña con barro), Tapia, Adobe
- Piedra, sillar con cal, cemento
- Ladrillo o bloque de cemento

8. ¿Tiene baño en su hogar o no? ¿Está el baño conectado al sistema de desagüe o está conectado a un pozo, silo, río, acequia o canal? ¿Y el baño es compartido fuera de la vivienda o está dentro de su vivienda?

- No tiene baño
- Baño que da a un pozo ciego, pozo séptico, silo, río, acequia o canal dentro o fuera del hogar
- Baño compartido fuera de la vivienda.
- Baño dentro de la vivienda

9. Edad

10. Género

- M
- F

11. Distrito de Residencia

12. ¿Con qué frecuencia realiza algún deporte?

- 1 a 2 veces por semana
- 2 a 3 veces por semana
- 3 a 6 veces por semana
- 7 veces a la semana

13. ¿Conoce usted cuales son los deportes de artes marciales? Marque

algunos

- Karate
- Judo
- Kung-Fu
- Boxeo
- Jiu-jitsu
- Capoeira
- Muay thai
- Krav Maga
- Taekwondo
- Esgrima

14. ¿Cuáles fueron los motivos por las que comenzaron a practicar el box o muay thai?

- Deporte innovador
- Reducir peso corporal
- Comenzar el día activo
- Cambiar hábitos
- Otro:

15. ¿Cree usted que el box y muay thai ayuda a canalizar la agresividad para evitar situaciones de riesgo?

- Si
- No

16. ¿Cree usted que practicar box o muay thai beneficia al control emocional y ayuda a la formación del cuerpo?

- Si
- No

17. ¿Ha entrenado alguna vez en una escuela de box o muay thai?

- Si
- No

En caso tu respuesta anterior fue "NO". ¿Te gustaría recibir una clase de prueba gratis?

- Si
- No

18. Enumere del 1 (menos importante) al 6 (más importante) las características que considera para escoger una escuela de artes marciales

- Calidad
- Precio
- Profesores con experiencia
- Lugar
- Limpieza
- Otro:

19. ¿Qué medios utiliza para buscar escuelas de artes marciales?

- Páginas web
- Facebook
- Instagram
- Televisión
- Recomendación de amigos
- Otros:

20. ¿Considera importante que se transmita el deporte de contacto con sus reglas y normas por parte de los profesores como parte del entrenamiento?
- Si
 - No
21. ¿Considera que es importante tener profesores calificados y con experiencia en el box y muay thai?
- Si
 - No
22. ¿Le gustaría participar de un entrenamiento de box o muay thai?
- Si
 - No
23. ¿Qué horario estaría dispuesto a escoger para entrenar?
- 6:00am – 7:00am
 - 7:30am – 8:30am
 - 8:30am – 9:30am
 - 9:30am – 10:30am
 - 4:30pm – 5:30pm
 - 5:40pm – 6:40pm
 - 7:00pm – 8:00pm
 - 8:15pm – 9:15pm
 - 9:20pm – 10:20pm
24. ¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir información?
- Competencias internas
 - Promociones
 - Ofertas
 - Asesorías nutricionales

- Otro:
25. ¿Por qué medio te gustaría recibir dicha información?
- Redes sociales
 - Correos
 - WhatsApp
 - Otro:
26. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un mes de servicio de entrenamiento de box o muay thai? Considerando que son 3 clases por semana con una duración de 45 minutos.
- S/150 – S/250
 - S/300 – S/380
 - S/400 – S/500
27. ¿Le gustaría participar de competencias internas e interesuelas?
- Si
 - No
28. ¿Le gustaría recibir asesoría nutricional incluido en el paquete de entrenamiento?
- Si
 - No
29. ¿Consideran valioso llevar clases de box y muay thai virtualmente dada la coyuntura que estamos atravesando?
- Si
 - No
30. ¿Crees que el box y muay thai es un deporte con futuro?
- Si
 - No

Escuela de boxeo y muay thai

KNOCK OUT GLOVES es una escuela donde brindaremos servicio de entrenamiento de box y muay thai para personas de 13 a 35 años de edad. Contaremos con entrenadores calificados y con años en la enseñanza de estos deportes.

La escuela brindará clases de prueba sin compromiso donde podrán consultar sus dudas al respecto. También, ofreceremos descuentos para la segunda persona familiar o amigo que desee inscribirse. Además, realizaremos competencias internas y externas con otras escuelas, campamentos.

Brindaremos entrenamientos virtuales personales y grupales y asesoría nutricional totalmente gratuito.

31. ¿Recomendarían esta escuela?

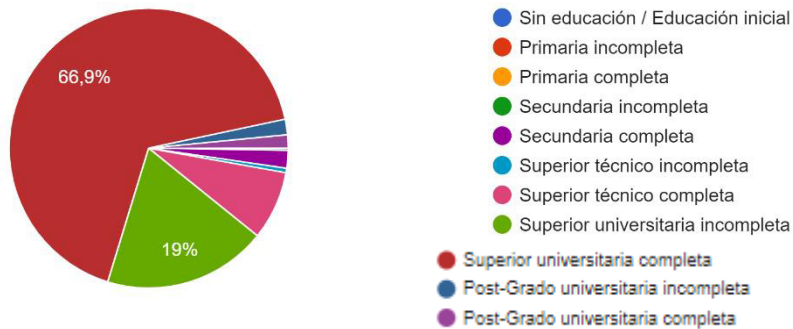
- Si
- No
- ¿Por qué?

Anexo 4

Resultados de la encuesta.

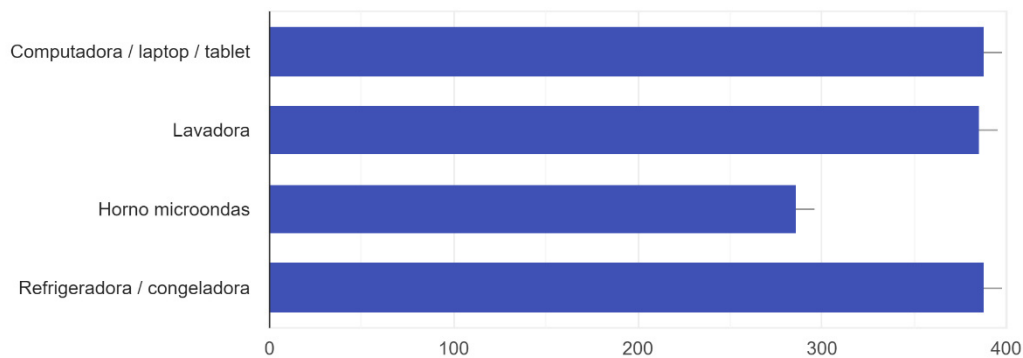
1. ¿Cuál es el máximo nivel de instrucción alcanzado por el jefe del hogar?

390 respuestas

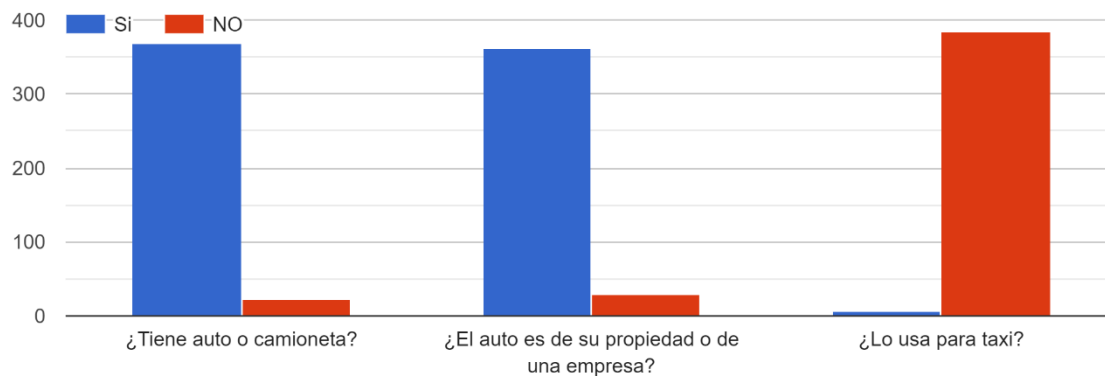


2. ¿Cuál de estos bienes tiene en su hogar que esté funcionando?

390 respuestas

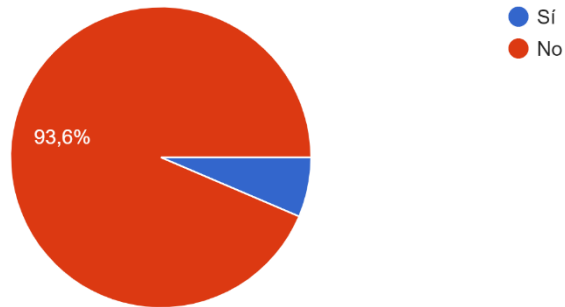


3. El jefe de su hogar:



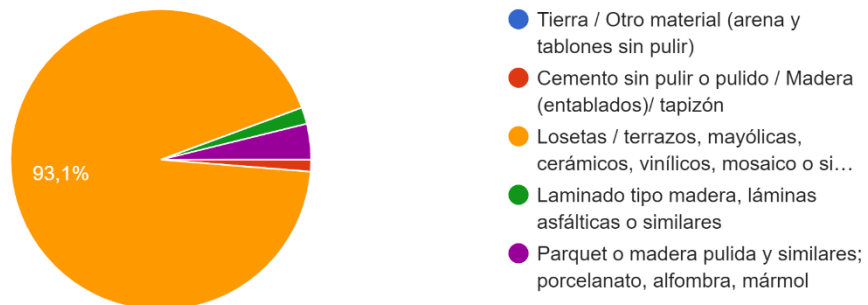
4. En su hogar, ¿tiene servicio doméstico, es decir, una persona que ayuda con las tareas del hogar y a la que se le paga? Mínimo que vaya al hogar una vez por semana

390 respuestas



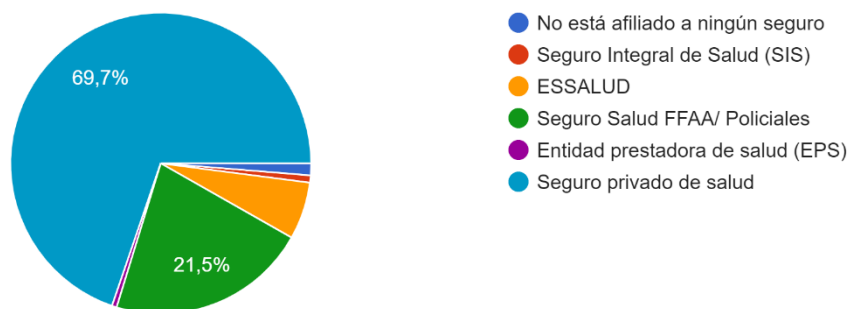
5. ¿Cuál es el material predominante en los pisos de su vivienda?

390 respuestas



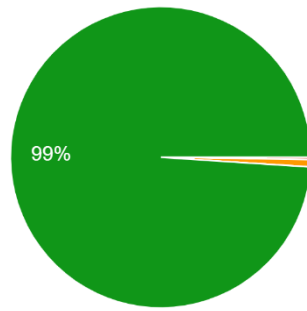
6. El jefe de su hogar ¿está afiliado a algún sistema de prestaciones de salud que aparece en esta tarjeta?

390 respuestas



7. ¿Cuál es el material predominante en las paredes exteriores de su vivienda?

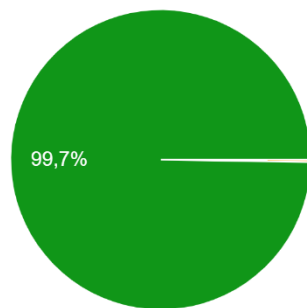
390 respuestas



- Estera
- Madera, Piedra con barro, Quincha (caña con barro), Tapia, Adobe
- Piedra, sillar con cal, cemento
- Ladrillo o bloque de cemento

8. ¿Tiene baño en su hogar o no? ¿Está el baño conectado al sistema de desagüe o está conectado a un pozo, silo, río, acequia o canal?...ra de la vivienda o está dentro de su vivienda?

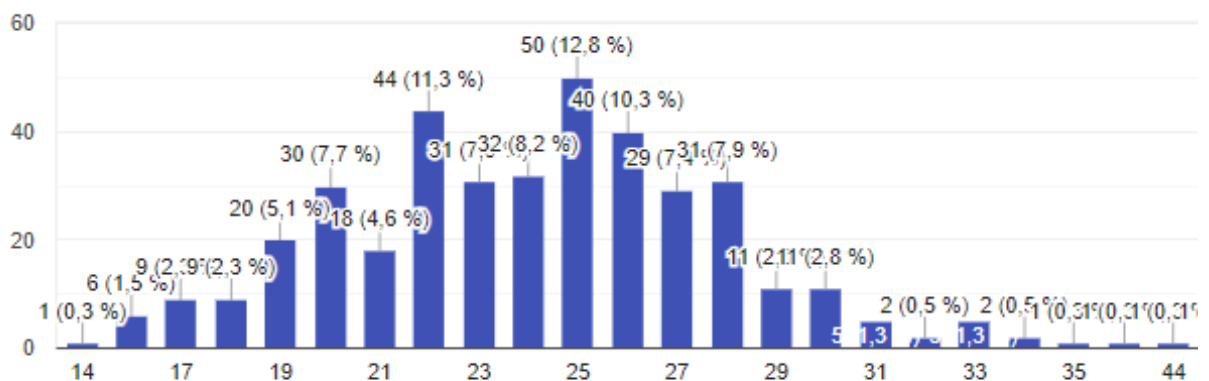
390 respuestas



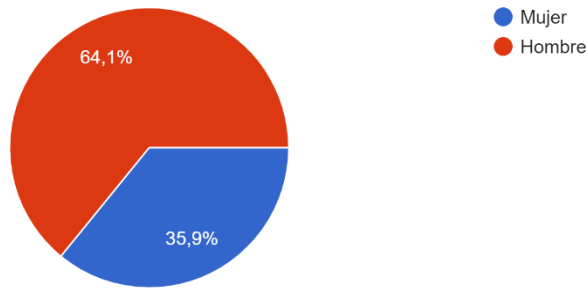
- No tiene baño
- Baño que da a un pozo ciego, pozo séptico, silo, río, acequia o canal dentro o fuera del hogar
- Baño compartido fuera de la vivienda.
- Baño dentro de la vivienda

9. Edad

390 respuestas

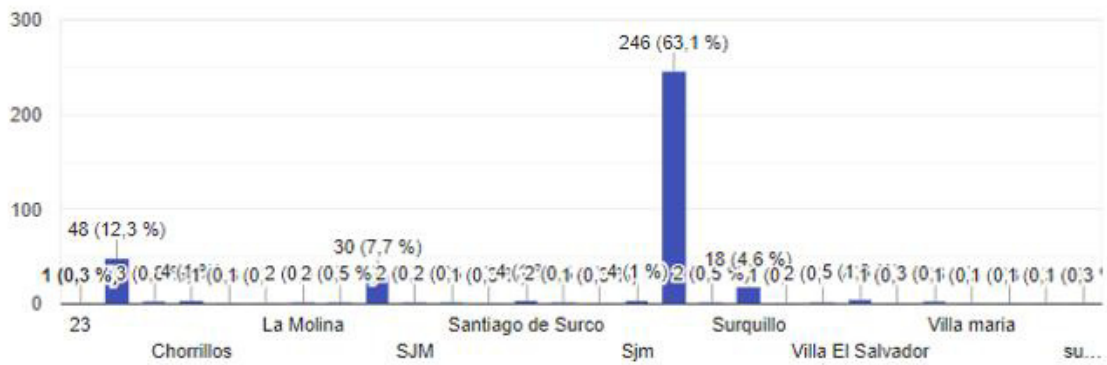


10. Género
390 respuestas



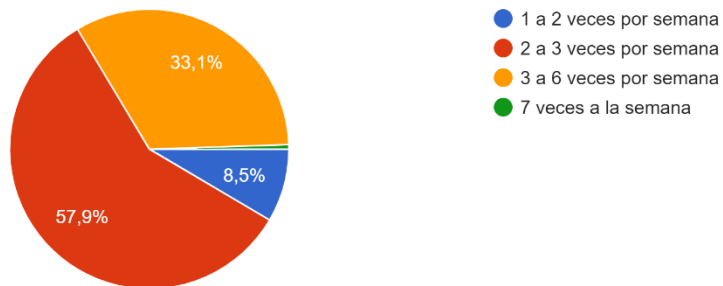
11. Distrito de Residencia

390 respuestas



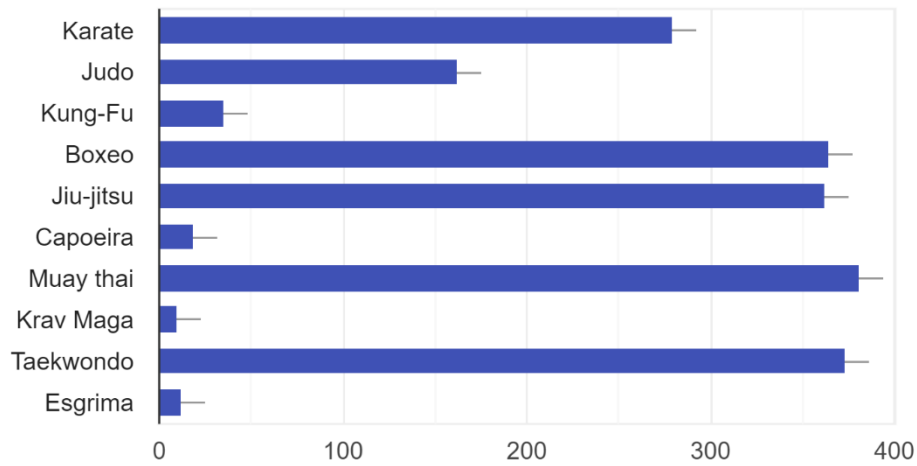
12. ¿Con qué frecuencia realiza algún deporte?

390 respuestas



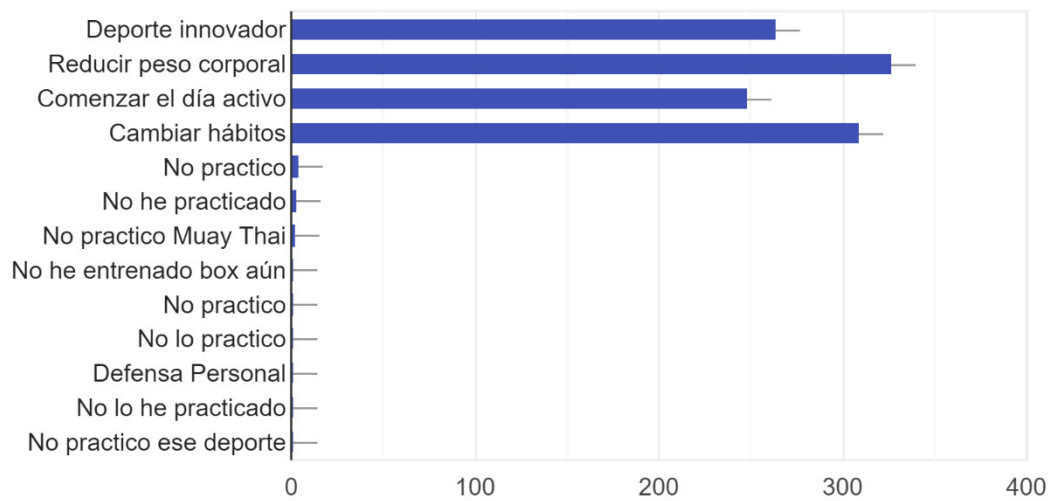
13. ¿Conoce usted cuales son los deportes de artes marciales?

390 respuestas



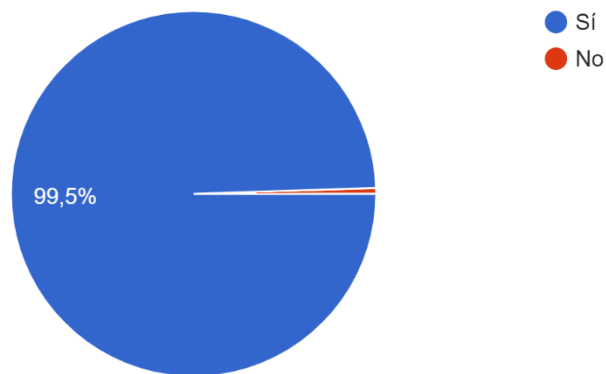
14. ¿Cuáles fueron los motivos por las que comenzaron a practicar el box o muay thai?

390 respuestas



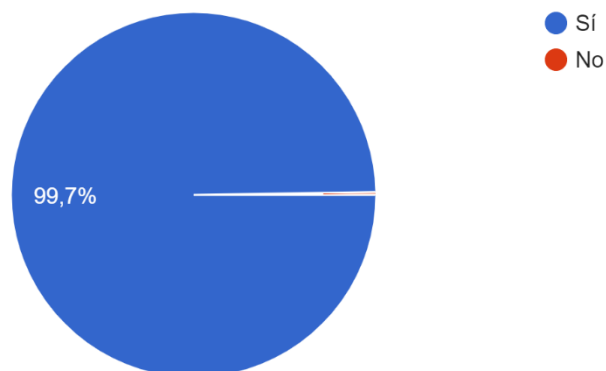
15. ¿Cree usted que el box y muay thai ayuda a canalizar la agresividad para evitar situaciones de riesgo?

390 respuestas



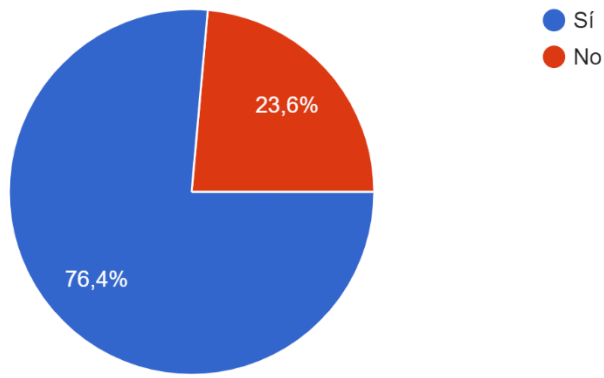
16. ¿Cree usted que practicar box o muay thai beneficia al control emocional y ayuda a la formación del cuerpo?

390 respuestas



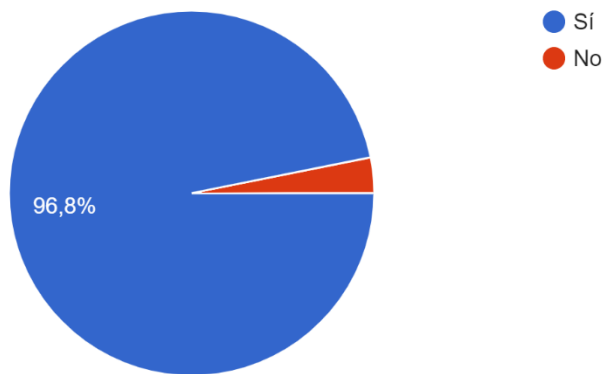
17. ¿Ha entrenado alguna vez en una escuela de box o muay thai?

390 respuestas

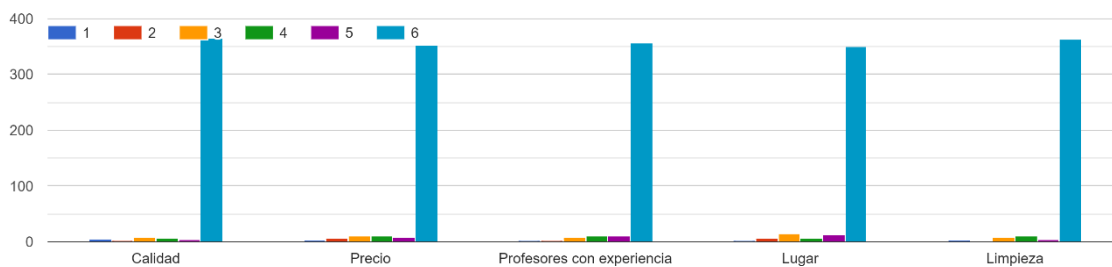


En caso tu respuesta anterior fue "NO". ¿Te gustaría recibir una clase de prueba gratis?

95 respuestas

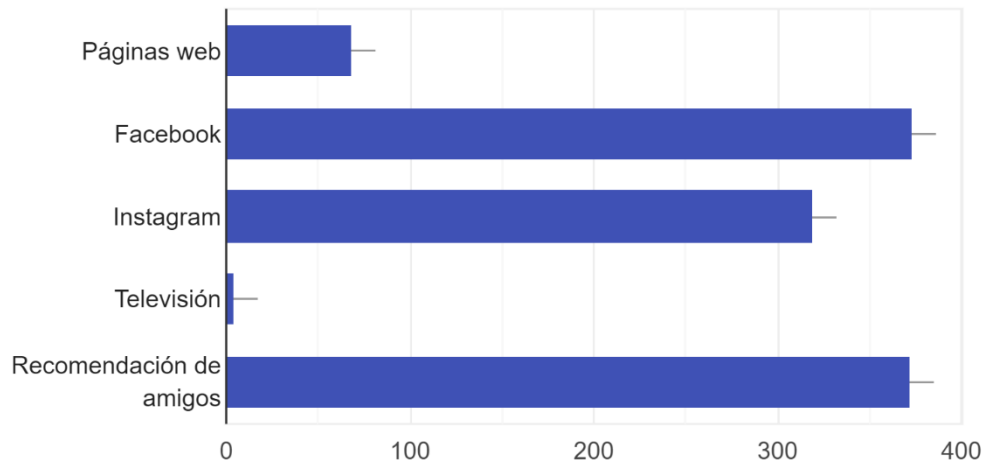


18. Enumere del 1 (menos importante) al 6 (más importante) las características que considera para escoger una escuela de artes marciales



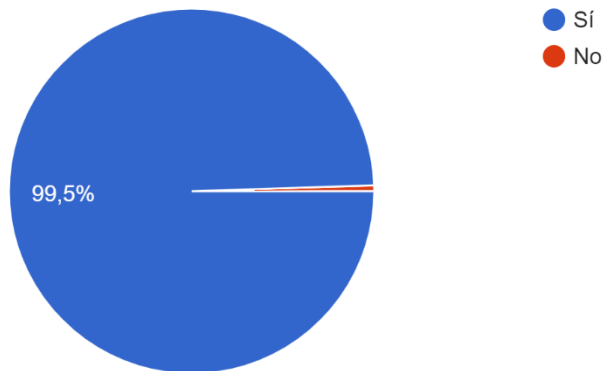
19. ¿Qué medios utiliza para buscar escuelas de artes marciales?

390 respuestas



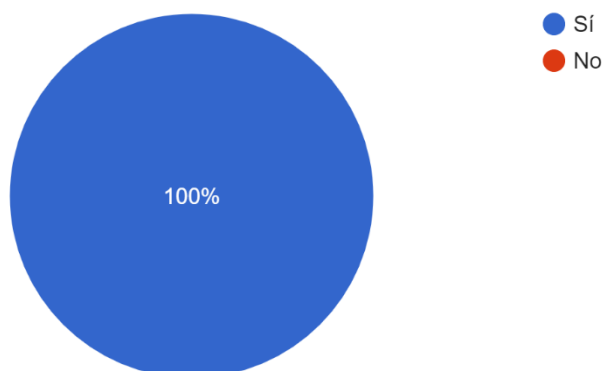
20. ¿Considera importante que se transmita el deporte de contacto con sus reglas y normas por parte de los ...fesores como parte del entrenamiento?

390 respuestas



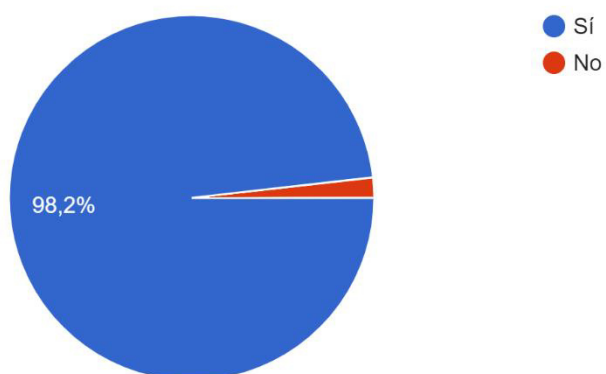
21. ¿Considera que es importante tener profesores calificados y con experiencia en el box y muay thai?

390 respuestas



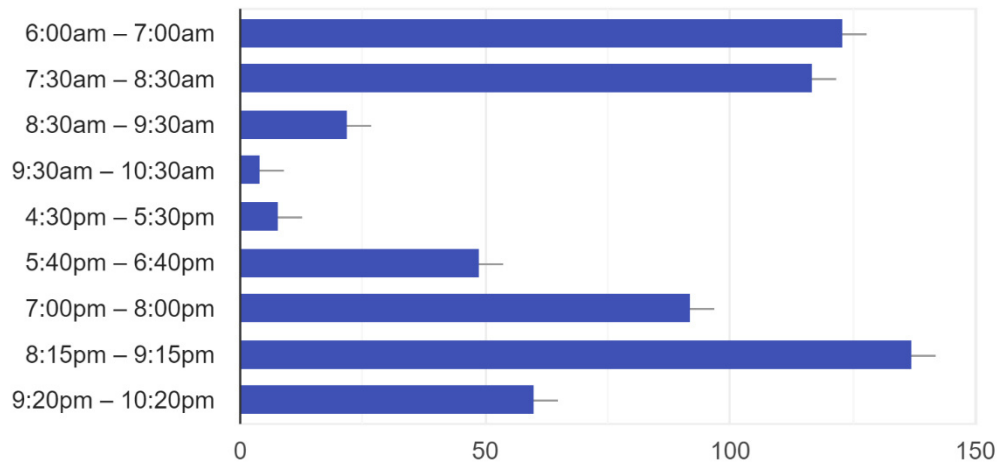
22. ¿Le gustaría participar de un entrenamiento de box o muay thai?

390 respuestas



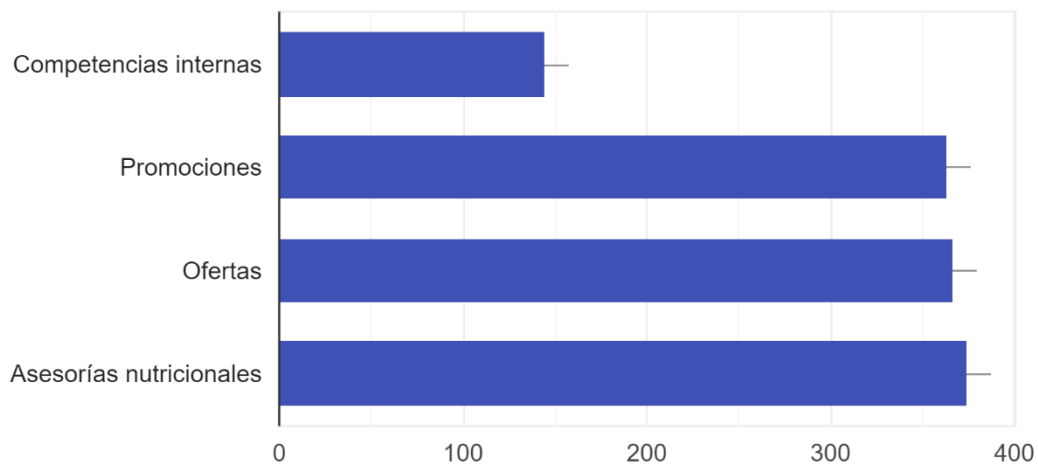
23. ¿Qué horario estaría dispuesto a escoger para entrenar?

390 respuestas



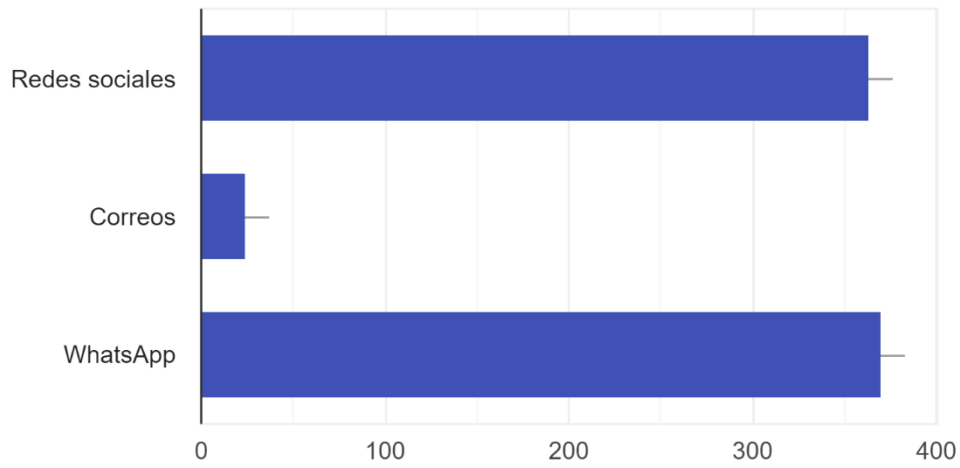
24. ¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir información?

390 respuestas



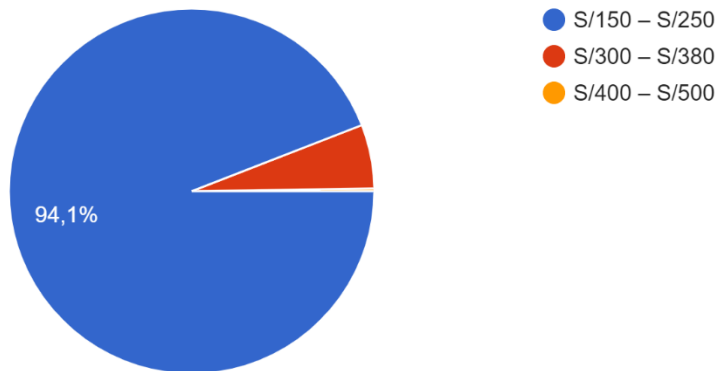
25. ¿Por qué medio te gustaría recibir dicha información?

390 respuestas



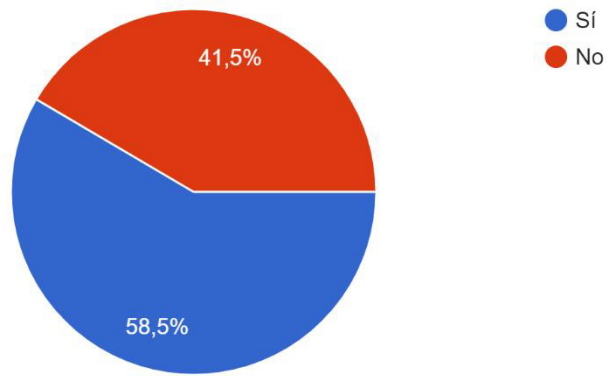
26. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un mes de servicio de entrenamiento de box o muay thai? Co...ana con una duración de 45 minutos.

390 respuestas



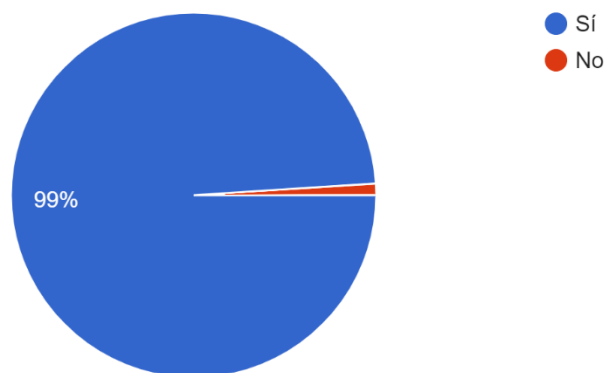
27. ¿Le gustaría participar de competencias internas e interesuelas?

390 respuestas



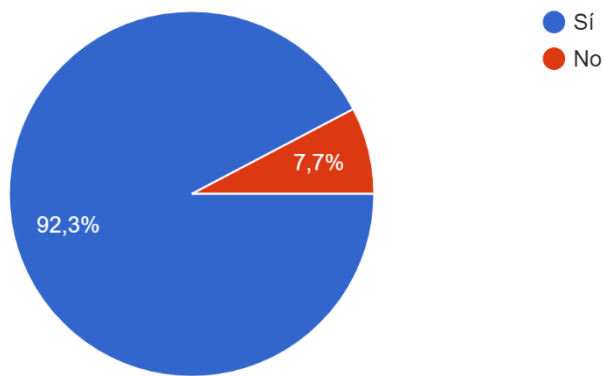
28. ¿Le gustaría recibir asesoría nutricional incluido en el paquete de entrenamiento?

390 respuestas



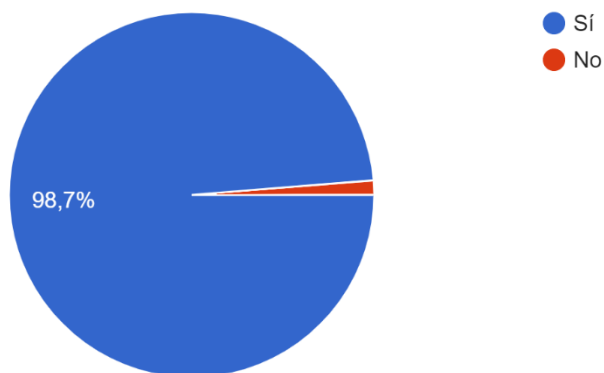
29. ¿Consideran valioso llevar clases de box y muay thai virtualmente dada la coyuntura que estamos atravesando?

390 respuestas



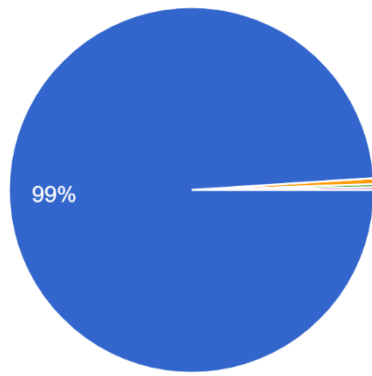
30. ¿Crees que el box y muay thai es un deporte con futuro?

390 respuestas



31. ¿Recomendarían esta escuela?

390 respuestas



- Sí
- No
- ¿Por qué?
- Muy buena oferta con las asesorías nutricionales gratuitas
- Primero debe ver qué tal es

Entrevista a experto

Guillermo Córdor

Deportista profesional de artes marciales, tiene experiencia en competencias internacionales de muay thai. Cuenta con estudios de nutrición, entrenamiento funcional. Actualmente es fundador y gerente general de la escuela de artes marciales Barranko Muay thai.

Dueño y Entrenador en Barranko Muay thai

1. ¿En qué consiste el muay thai?

El muay thai es un arte marcial que nace en Tailandia. Muay thai significa boxeo en Tailandia, consiste en el combate usando puños, codos, rodillas y patadas. Ummm es un deporte muy antiguo y ahora es muy popular en todo el mundo dada su efectividad en el combate cuerpo a cuerpo. Se pelea en un ring similar al boxeo, se pelea de pie.

2. ¿Cuál cree que debería ser el perfil del entrenador? (Estudios previos, certificaciones).

La pregunta es un poco ambigua, entrenadores hay de todos tipos, pero si vamos a un entrenador ideal eh. Por ejemplo, si empezamos en Tailandia los entrenadores no tienen estudios previos, los entrenadores en Tailandia son bien empíricos donde es la meca de este deporte. Muchos de ellos han sido peleadores y dada su larga experiencia empiezan a enseñar, que masomenos ha sido como yo he llegado a este deporte no, empecé entrenando, empecé a enseñar a amigos y... no se parece que tuve éxito transmitiendo el deporte no, y empezamos a generar (en mi caso) muchos campeones. Yo creo que eso es lo que pasa allá en Tailandia. Yo creo que cuando alguien se empieza a afanar con este deporte es cuando empiezan a incluir estudios no, por ejemplo, preparación física, ese sería el perfil de un entrenador ideal no; certificaciones en nutrición deportiva, de alta competencia, musculación y todos esos

temas serian como te digo el perfil de un entrenador ideal no ehhh pero no todos los entrenadores son así y no es tampoco necesario, yo tengo certificaciones como entrenador funcional, de boxeo, de muay thai en Tailandia, pero hay muchos entrenadores que no tienen eso y tienen éxito. Por ejemplo, el perfil psicológico, mental no, sería bueno que alguien con buenos principios ehhh que transmita a los alumnos el verdadero arte marcial no, que es para la defensa personal, para fortalecer la mente, el espíritu, pero lastimosamente hay muchos entrenadores en Perú que no predicán eso ehhh no yo creo que eso corresponde a la pregunta.

3. ¿Qué beneficios trae este entrenamiento?

Físicos trae un montón no ehhh... el entrenamiento básicamente es cardiovascular, golpeando a la vez fortaleces los músculos ehhh... estás haciendo un trabajo muy fuerte de cardio entonces ayuda a fortalecer el corazón, te ayuda a bajar de peso, te ayuda a mejorar en las capacidades físicas como la fuerza, la agilidad, la velocidad, la explosividad, es bueno contra el estrés, para combatir el estrés es muy bueno el entrenamiento del muay thai, también te da seguridad al aprender un deporte de contacto te da seguridad ehhh... adquieres una seguridad, una confianza en ti mismo, diferente no, al estar fortaleciendo el cuerpo y todo esto.

4. ¿Que considera que le faltaría en sus servicios?

Uhmm yo creo que, si es que quisiera ampliar un poco más el tema, podría poner un nutricionista, un fisioterapeuta, yo creo que eso no. Actualmente los tenemos siempre que tenemos una competencia muy importante con alguno de nuestros atletas. Tenemos fisioterapeuta que nos ayudan a llegar a eso, tenemos preparadores físicos con los que coordino temas no ehhh, tenemos nutricionista también nos ayudan con los atletas y yo que soy el entrenador de muay thai y director técnico pues no de como se hace todo eso.

5. ¿Cómo cree que debe ser la infraestructura de una academia de artes marciales?

Yo creo que un buen piso ehhh que le llamamos el piso de goma o piso microporoso para practicar ehhh... todo no muay thai, kick Boxing es lo que se usa en todas las

escuelas de muay thai en Tailandia y del mundo, luego algunos sacos de boxeo o sacos de muay thai, hay sacos de 1 metro de 1.80 metros más largos, los bananos, sacos de pared, que tengan pads no los kick pads que son muy útiles para entrenamiento, algunas pesitas de diferentes tipos, unas sogas para saltar. Yo creo que básicamente eso, de ahí para el entrenamiento muscular, tal vez una jaula de rack para trabajar piernas, press de banca, pero eso ya es complementario no, no en todos los gimnasios hay que se podrían decir se enfocan solo en la enseñanza del arte marcial.

6. ¿Cómo considera debe ser el ambiente de trabajo?

El ambiente de trabajo, no por ser una escuela de artes marciales y que supuestamente propone un tema positivo de ayuda a las personas, de mejora para cada ser humano debería ser un ambiente positivo no. Acá en la escuela en Barranko el ambiente es bravazo no, es como una familia, entre los trabajadores y los entrenadores y el staff se trata de llevar eso. No podría ser de otra manera, yo creo que en todo negocio también el ambiente de trabajo debe ser super positivo.

7. ¿Cuántos alumnos puede tener en una clase considerando el aforo, comodidad y desenvolvimiento?

Hemos llegado a dictar clases de hasta 24 alumnos, 12 parejas no en los veranos que es cuando se llena, 26 alumnos aproximadamente y si, todos entrenaban tranquilos. Barranko felizmente es una de las escuelas más grandes que hay en Lima si es que no es la más grande. En Tailandia vas encontrar escuelas mucho más grandes va ser de acuerdo a eso, de acuerdo al espacio, hay escuelas chiquitas, escuelas grandes.

8. ¿Qué materiales usan para la práctica de este deporte?

Para la práctica de este deporte básicamente guantes de boxeo, pads ehheh, canilleras de muay thai ehheh, sacos para golpear, sacos de boxeo o muay thai, básicamente eso no y un buen piso como te decía en una pregunta anterior.

9. Actualmente, ¿Cómo están sobrellevando las clases?

Estamos dando clases virtuales por zoom y nos está yendo en verdad muy bien. Estamos en casi casi llegando a los 50 alumnos, lo cual yo creo que es algo bastante bien eh... , tenemos horarios lunes miércoles y viernes y tenemos 4 horarios a lo largo del día y eso no es un entrenamiento básicamente técnicas de muay thai que se adapta a las personas que tal vez no tienen saco o no tienen implementos en casa y entonces les enseñamos técnicas de muay thai y le metemos un montón de ejercicios funcionales no, y así el alumno fortalece, se desestresa, mejora sus capacidades y aprende también este deporte de contacto.

Anexo 6

Evaluación de desempeño sin personal a cargo

EVALUACION DE DESEMPEÑO																
A INFORMACION DEL EVALUADO										Estado: Por Evaluar						
CODIGO XXXXXX	APELIDOS Y NOMBRES INGRESE EL CÓDIGO DEL EMPLEADO					FECHA DE EVALUACION XXXXXX										
POSICION INGRESE EL CÓDIGO DEL EMPLEADO					GERENCIA INGRESE EL CÓDIGO DEL EMPLEADO											
FECHA DE INGRESO INGRESE EL CÓDIGO DEL EMPLEADO					EMPRESA											
NOMBRE DEL EVALUADOR																
B ESCALAS DE EVALUACION																
ESCALA		DESCRIPCION								PUNTAJE						
RESULTADO DESTACADO		Desempeño que constantemente cumple y excede los requisitos en su puesto.								10						
RESULTADO BUENO		Desempeño que cumple con los requisitos exigidos en su puesto.								8 - 9						
PROXIMO A LO ESPERADO		Desempeño que no siempre satisface los requerimientos del puesto								6 - 7						
BAJO DE LO ESPERADO		Desempeño con serias deficiencias								4 - 5						
NECESITA MEJORAR		No cumple con los requisitos exigidos en su puesto.								1 - 3						
C EVALUACION																
Marcar con sólo una (1) "X" en la calificación correspondiente				ESCALAS Y RANGOS DE PUNTAJE												
				NEC		BAJ		PROX		BUE		DEST		PUNTOS		
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
A. DESEMPEÑO DE LA FUNCION																
APTITUDES Y DESTREZAS PARA EL PUESTO														0	0	0
CONOCIMIENTO DEL PUESTO														0	0	0
RESPONSABILIDAD EN CUMPLIMIENTO DE FUNCIONES														0	0	0
B. CARACTERISTICAS PERSONALES																
ORIENTACION AL CLIENTE INTERNO / EXTERNO														0	0	0
TRABAJO EN EQUIPO														0	0	0
C. CAPACIDAD ORGANIZATIVA Y EJECUTORA																
INICIATIVA														0	0	0
ORIENTACION A RESULTADOS														0	0	0
ADAPTACION AL CAMBIO														0	0	0
MANEJO EFECTIVO DEL TIEMPO LABORAL														0	0	0
EVALUACION GLOBAL												TOTAL PUNTOS		0		
CALIFICACION				POR EVALUAR				PROMEDIO				0.00				
Estado de Evaluación:				Por Evaluar												

Evaluador

Gerente de Area

Evaluación de desempeño con personal a cargo

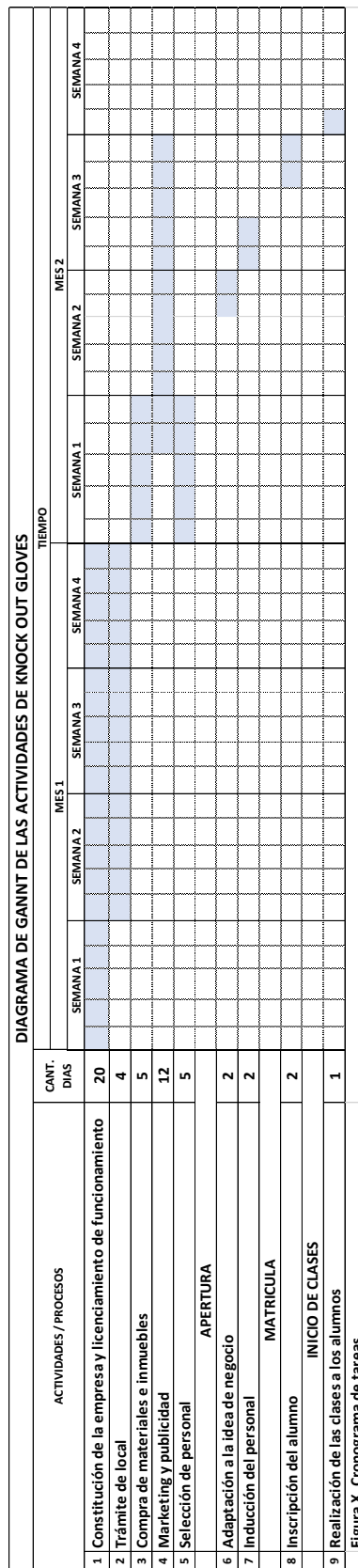
EVALUACION DE DESEMPEÑO																																																																																																																						
A INFORMACION DEL EVALUADO			Estado: Por Evaluar																																																																																																																			
CODIGO XXXXX	APELLIDOS Y NOMBRES INGRESE EL CÓDIGO DEL EMPLEADO	FECHA DE EVALUACION XXXXXX																																																																																																																				
POSICION INGRESE EL CÓDIGO DEL EMPLEADO																																																																																																																						
FECHA DE INGRESO INGRESE EL CÓDIGO DEL EMPLEADO																																																																																																																						
NOMBRE DEL EVALUADOR																																																																																																																						
B. ESCALAS DE EVALUACION																																																																																																																						
ESCALA	DESCRIPCION	PUNTAJE																																																																																																																				
RESULTADO DESTACADO	Desempeño que constantemente cumple y excede los requisitos en su pues	4																																																																																																																				
RESULTADO BUENO	Desempeño que cumple con los requisitos exigidos en su puesto.	3																																																																																																																				
PROXIMO A LO ESPERADO	Desempeño que no siempre satisface los requerimientos del puesto	2																																																																																																																				
BAJO DE LO ESPERADO	Desempeño con serias deficiencias	1																																																																																																																				
C EVALUACION																																																																																																																						
<div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; display: inline-block; margin-bottom: 5px;"> Marcar con sólo una (1) "X" en la calificación correspondiente </div> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;"></th> <th style="width: 10%;">BAJ</th> <th style="width: 10%;">PROX</th> <th style="width: 10%;">BUE</th> <th style="width: 10%;">DEST</th> <th style="width: 10%;">PUNTOS</th> </tr> <tr> <th></th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="6" style="background-color: #e0e0e0;">A. DESEMPEÑO DE LA FUNCION</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">APTITUDES Y DESTREZAS PARA EL PUESTO</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td>0</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">CONOCIMIENTO DEL PUESTO</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td>0</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">RESPONSABILIDAD EN CUMPLIMIENTO DE FUNCIONES</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td>0</td> </tr> <tr> <td colspan="6" style="background-color: #e0e0e0;">B. CARACTERISTICAS PERSONALES</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">ORIENTACION AL CLIENTE INTERNO / EXTERNO</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td>0</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">TRABAJO EN EQUIPO</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td>0</td> </tr> <tr> <td colspan="6" style="background-color: #e0e0e0;">C. CAPACIDAD ORGANIZATIVA Y EJECUTORA</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">INICIATIVA</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td>0</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">ORIENTACION A RESULTADOS</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td>0</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">ADAPTACION AL CAMBIO</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td>0</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">MANEJO EFECTIVO DEL TIEMPO LABORAL</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td>0</td> </tr> <tr> <td colspan="6" style="background-color: #e0e0e0;">D. GESTION DE LIDERAZGO</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">GESTION DE EQUIPOS</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td>0</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">MANEJO DE CONFLICTOS</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td>0</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">RETROALIMENTACION DE PERSONAL</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td>0</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">RESULTADO DE LOS OBJETIVOS</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td>0</td> </tr> </tbody> </table>						BAJ	PROX	BUE	DEST	PUNTOS		1	2	3	4		A. DESEMPEÑO DE LA FUNCION						APTITUDES Y DESTREZAS PARA EL PUESTO					0	CONOCIMIENTO DEL PUESTO					0	RESPONSABILIDAD EN CUMPLIMIENTO DE FUNCIONES					0	B. CARACTERISTICAS PERSONALES						ORIENTACION AL CLIENTE INTERNO / EXTERNO					0	TRABAJO EN EQUIPO					0	C. CAPACIDAD ORGANIZATIVA Y EJECUTORA						INICIATIVA					0	ORIENTACION A RESULTADOS					0	ADAPTACION AL CAMBIO					0	MANEJO EFECTIVO DEL TIEMPO LABORAL					0	D. GESTION DE LIDERAZGO						GESTION DE EQUIPOS					0	MANEJO DE CONFLICTOS					0	RETROALIMENTACION DE PERSONAL					0	RESULTADO DE LOS OBJETIVOS					0
	BAJ	PROX	BUE	DEST	PUNTOS																																																																																																																	
	1	2	3	4																																																																																																																		
A. DESEMPEÑO DE LA FUNCION																																																																																																																						
APTITUDES Y DESTREZAS PARA EL PUESTO					0																																																																																																																	
CONOCIMIENTO DEL PUESTO					0																																																																																																																	
RESPONSABILIDAD EN CUMPLIMIENTO DE FUNCIONES					0																																																																																																																	
B. CARACTERISTICAS PERSONALES																																																																																																																						
ORIENTACION AL CLIENTE INTERNO / EXTERNO					0																																																																																																																	
TRABAJO EN EQUIPO					0																																																																																																																	
C. CAPACIDAD ORGANIZATIVA Y EJECUTORA																																																																																																																						
INICIATIVA					0																																																																																																																	
ORIENTACION A RESULTADOS					0																																																																																																																	
ADAPTACION AL CAMBIO					0																																																																																																																	
MANEJO EFECTIVO DEL TIEMPO LABORAL					0																																																																																																																	
D. GESTION DE LIDERAZGO																																																																																																																						
GESTION DE EQUIPOS					0																																																																																																																	
MANEJO DE CONFLICTOS					0																																																																																																																	
RETROALIMENTACION DE PERSONAL					0																																																																																																																	
RESULTADO DE LOS OBJETIVOS					0																																																																																																																	
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 60%;">EVALUACION GLOBAL</td> <td style="width: 20%;">TOTAL PUNTOS</td> <td style="width: 20%; text-align: right;">0</td> </tr> <tr> <td>CALIFICACION</td> <td>POR EVALUAR</td> <td>PROMEDIO</td> </tr> <tr> <td>Estado de Evaluación:</td> <td>Por Evaluar</td> <td style="text-align: right;">0.00</td> </tr> </table>					EVALUACION GLOBAL	TOTAL PUNTOS	0	CALIFICACION	POR EVALUAR	PROMEDIO	Estado de Evaluación:	Por Evaluar	0.00																																																																																																									
EVALUACION GLOBAL	TOTAL PUNTOS	0																																																																																																																				
CALIFICACION	POR EVALUAR	PROMEDIO																																																																																																																				
Estado de Evaluación:	Por Evaluar	0.00																																																																																																																				

Evaluador

Gerente de Area

Anexo 8

Diagrama de Gannt



Anexo 9

Costo de publicidad por redes sociales

Duración ?

Publicar este anuncio continuamente

Tus anuncios estarán en circulación continuamente con un presupuesto diario. Esta es la opción recomendada. [Más información](#)

Elegir cuándo finalizará este anuncio

Días

Fecha de finalización

Presupuesto diario ?

El importe real gastado por día puede variar. ?

País, divisa
PE, PEN

S/ 6,00

Resultados diarios estimados	
Personas alcanzadas ?	358 - 1 mil
Me gusta de la página ?	5 - 22
<hr/>	
Resumen del pago	
Tu anuncio estará en circulación durante 30 días.	
Presupuesto total	S/180,00 PEN
S/6,00 al día durante 30 días.	