

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION	10
PLANTEAMIENTO DEL TRABAJO DE TESIS	12
Objetivo general	12
Objetivos específicos.....	12
Alcance del plan de negocios	12
Metodología	12
Resultados esperados	13
ANALISIS PEST	14
Político.....	14
Económico	15
Social	17
Tecnológico	18
Resultado PEST	19
Industria del fitness en Nicaragua.....	19
Benchmarking	20
Grupos estratégicos	22
Tipos estratégicos.....	23
Total Gym	24
Curves.....	24
FUERZAS DE PORTER	26
Barreras de entrada-Baja	26
Barreras de salida-bajas	27
Amenaza de nuevos competidores-Alta	27
Amenaza de sustitutos-Media	28
Poder de negociación de los proveedores-Medio	28
Poder de los clientes- Medio.....	29
Rivalidad entre los competidores-baja	30
Conclusión del análisis de las cinco fuerzas de Porter	30

ANÁLISIS DE MERCADO	31
Entrevistas a profundidad	31
Encuesta	32
Factores de Éxito	34
Intimidad	34
Servicio exclusivo	35
Ubicación.....	35
Análisis Interno.....	35
Recursos	35
Recursos Humanos.....	36
Financiero.....	38
Lugares estratégicos y estética de los gimnasios	38
Recursos tecnológicos.....	38
Ventaja competitiva	39
Análisis VRIO.....	40
Lugares privilegiados estratégicos: Ventaja competitiva temporal	40
Concepto de marca (estética de la cadena): Ventaja competitiva Temporal	40
Recursos Humanos y la Cultura de la Compañía: Ventaja competitiva	40
Tecnológico móvil: Ventaja competitiva temporal	41
Financiero: Pariedad competitiva	41
FODA	43
Tácticas FODA.....	44
ESTRATEGIA DE NEGOCIOS	45
Resultados de encuesta	45
Marketing estratégico	46
Segmentación.....	46
Target	47
Posicionamiento.....	47
Declaración de la estrategia genérica	47
PLAN DE MARKETING	49
Objetivos de marketing.....	49
Propuesta de valor para el cliente	49

Proceso de decisión de compra	50
Producto.....	52
Apariencia funcional.....	53
Precio.....	58
Fundamento	58
Estrategia premium o prestigios pricing	59
Promoción	59
Promociones Horario especiales.....	59
5 pases Gratis	60
Plaza virtual (aplicación) Heavens Points.....	60
Internet y redes sociales	62
Targeting Regional:	62
Guerrilla Marketing.....	63
Plaza	63
Demanda potencial	64
Ciclo de venta anual:.....	66
Proyección de las ventas	67
PLAN DE OPERACIONES.....	68
CADENA DE VALOR.....	69
Localización	69
Método cualitativo por puntos	69
Planificación de instalaciones	70
Tamaño.....	70
Capacidad	72
Requerimiento de equipos.....	74
Lay-out.....	75
Requerimiento de personal.....	77
Procesos	79
Proveedores	80
PLAN FINANCIERO	80
Inversión.....	81
Gastos y costos de funcionamiento	81

Punto de Equilibrio.....	82
Calculo CAPM	82
Depreciación y Renovación de equipos	84
VPN y TIR	84
Análisis de sensibilidad y escenarios.....	85
Financiamiento.....	86
Disminución de las ventas en un 40%	86
Disminución del precio en un 25%.....	87
Aumento en los costos y gastos en un 40 %	87
CONCLUSIONES	88
BIBLIOGRAFÍA.....	88
ANEXOS	95
Anexo 1: Riesgo político Nicaragua 2013	95
Anexo 2: PIB nominal 2002-2012 Nicaragua.....	95
Anexo 3: Salario Industrias.....	96
Anexo 4: Mujeres Porcentaje edades	96
Anexo 5: Uso de telefonía celular 2006-2013	96
Anexo 6: Benchmarking	97
Anexo 7: Rango edades Total gym.....	98
Anexo 8: Permanencia total gym	98
Anexo 9 fotos total Gym	99
Anexo 10 fotos gimnasio Curves	100
Anexo 11 Preguntas encuesta.....	102
Anexo# 12 Calculo de encuesta	105
Anexo 13: ENCUESTA: Preferencia de género en instructor de gimnasio.	106
Anexo 14: ENCUESTA: Importancia de atributos según encuestadas.....	106
Anexo 15 Conocimientos de instructores certificados.....	107
Anexo 16: ENCUESTA: Motivos los cuales las mujeres hacen ejercicio	108
Anexo 17: Categorización VRIO.....	108
Anexo 18 Concepto VRIO	109
Anexo 19 Edad de las encuestadas	109