

**Universidad Nacional**  
**Sede Regional Chorotega**  
**Carrera de Administración**

**Plan de inversión para la expansión y comercialización de una sala de fuerza en Congos**  
**Functional Training ubicado en Paso Tempisque para el año 2025**

**Memoria de Seminario de Graduación para optar al grado de Licenciatura en**  
**Administración con Énfasis en Gestión Financiera**

**Integrantes**


Abigail Gutiérrez Gutiérrez

Dalma Espinoza Canales

Rolvin Rodríguez López

Yarixa Hernández Tejeda

**Liberia, agosto 2025**

**Tribunal examinador**

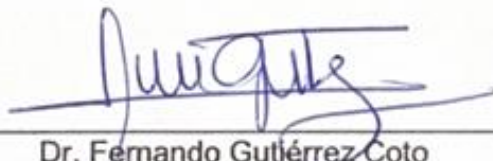
Dra. Darinka Grbic Grbic

Representante del Decano SRCH



MSc. Elena Dorado Mayorga

Representante de la Dirección Académica Campus Liberia



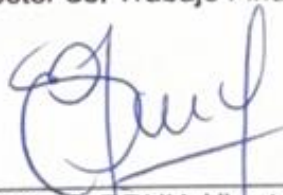
Dr. Fernando Gutiérrez Coto

Tutor del Trabajo Final de Graduación



MGFP. Arnoldo José Martínez Solís

Lector del Trabajo Final de Graduación



MBA con énfasis en RRHH Albert Franklin Espinoza Sánchez

Lector del Trabajo Final de Graduación

### **Dedicatoria**

Con profundo agradecimiento, le dedico este trabajo primeramente a Dios, por darme abundantemente de su amor, bondad y sabiduría, para cumplir un anhelo más de mi corazón. A mis padres Eliseo y Viria y a mi hermano Yohan, por su amor y apoyo incondicional, ustedes son mi mayor bendición. A mi querida maestra Ana Ibis Hernández, quien me ayudó a descubrir mi potencial y me animó a soñar en grande. A mi equipo de trabajo, con quienes he aprendido y disfrutado tanto durante estos años de carrera. A cada familiar, amigo/a y profesor/a, que ha llenado mi vida de aprendizajes y recuerdos memorables que seguirán formando parte de mí.

Abigail Karolina Gutiérrez Gutiérrez.

Primero que todo quiero principalmente agradecerle a Dios por darme las fuerzas, la sabiduría necesaria para culminar esta meta tan esperada; a mi hermana, que fue mi apoyo principal en esas noches que tocaba investigar, a mi novio por brindarme ese acompañamiento emocional, a mis padres por todo el sostén y el amor y la motivación a seguir adelante. Y finalmente a mi grupo de trabajo por la comprensión y lo aprendido durante todo este tiempo que hemos estado juntos; a todos los que creyeron en mí, amigos y profesores, que con su buena actitud hicieron que tomara más impulso, para que lograra terminar esta linda fase final.

Dalma Espinoza Canales.

Ha sido un largo proceso para llegar hasta este punto, por eso dedico esta meta primeramente a Dios, por permitirme concluir con salud esta etapa y brindarme la luz que iluminó mi camino durante este periodo universitario. A mi madre, por ser el apoyo que siempre me ha dado la fuerza para salir adelante y motivarme para alcanzar mis objetivos, tanto personales como profesionales. También a mi equipo de trabajo, porque en conjunto logramos contribuir con el desarrollo y finalización de este trabajo de la mejor manera.

Rolvin Rodríguez López.

Dedico este trabajo con profunda gratitud a Dios, por ser mi guía constante, por brindarme sabiduría y fortaleza para permitirme culminar este proceso académico. Asimismo, agradezco a mi mamá, a mi hermano y a mi padrastro, por su apoyo en los momentos más significativos de este camino. De igual forma, agradezco a mi grupo de trabajo, por su esfuerzo y compromiso, que fueron clave para la realización del proyecto.

Yarixa Hernández Tejeda.

## **Agradecimientos**

Primero agradecemos a Dios, por darnos sabiduría, paciencia y ser nuestro guía durante este proceso, que nos permitió aportar nuestros conocimientos en ayuda a un emprendimiento, como parte fundamental para concluir esta etapa universitaria.

Dedicamos este trabajo con especial agradecimiento a las familias de todos nosotros, quienes han sido el mayor soporte a lo largo de esta temporada de nuestras vidas, por sus palabras llenas de amor y ánimo, que nos motivaron a finalizar con una perseverancia intacta.

Le agradecemos a la Universidad Nacional, Campus Liberia y a su personal docente que nos han formado con dedicación, paciencia y profesionalismo, para consolidar el desarrollo de este trabajo.

Nuestro más sincero agradecimiento al tutor Dr. Fernando Gutiérrez Coto y a los lectores MGFP. Arnoldo Martínez Solís y MBA con énfasis en RRHH. Albert Espinoza Sánchez, que han aportado sus conocimientos y experiencias a través de sus sugerencias, en procura de ayudarnos a lograr, un trabajo final de graduación de calidad.

Finalmente, le agradecemos al propietario Carlos López Hernández y a la administradora Ruth Marín Matarrita del Gimnasio Congos Functional Training, por darnos la oportunidad y confianza de apoyarlos en el crecimiento de su negocio y por estar siempre presentes y dispuestos a ayudarnos, en cada etapa de este trabajo.

## Índice

Resumen ejecutivo .....	17
Summary .....	18
CAPÍTULO 1 .....	19
Aspectos metodológicos .....	19
1.1.1.Planteamiento y descripción del problema .....	19
1.1.2.Interrogante de la investigación.....	22
1.1.3.Justificación de la investigación.....	22
1.1.4.Delimitación temporal, espacial, institucional y/o empresarial (enfoque, ámbito, área y moneda) .....	24
1.2.Objetivos de la investigación .....	25
1.2.1.Objetivo general .....	25
1.2.2.Objetivos específicos.....	25
1.3. Modelo de análisis.....	25
1.3.1. Conceptualización, operacionalización e instrumentalización .....	26
de las variables .....	26
1.3.2. Relaciones e interrelaciones de variables.....	30
1.4.Estrategia de investigación aplicada .....	31
1.4.1.Tipo de investigación .....	31
1.4.2.Fuentes de investigación .....	32
1.4.3.Población .....	34

1.4.4. Recopilación de los datos.....	38
1.4.5. Análisis e interpretación de la información.....	40
CAPÍTULO 2.....	43
Marco de referencia.....	43
2.1. Generalidades de la empresa.....	43
2.1.1. Misión.....	43
2.1.2. Visión.....	44
2.1.3. Valores.....	44
2.2. Aspectos que afectan a la empresa en forma directa y/o indirectamente.....	45
2.2.1. Aspectos políticos.....	46
2.2.2. Aspectos económicos.....	50
2.2.3. Aspectos sociales.....	52
2.2.4. Aspectos tecnológicos.....	56
2.2.5. Aspectos ecológicos.....	58
2.2.6. Aspectos legales.....	58
CAPÍTULO 3.....	60
Marco conceptual.....	60
3.1. Estado del arte.....	60
3.2. Marco conceptual relacionado con el objetivo 1.....	62
3.2.1. Estudio de mercado.....	63
3.2.2. Oferta.....	63

3.2.3. Demanda.....	64
3.2.4. Ventas .....	64
3.2.5. Canales de distribución .....	65
3.3. Marco conceptual relacionado con el objetivo 2 .....	65
3.3.1. Activos.....	66
3.3.2. Equipo.....	66
3.3.3. Insumos.....	67
3.3.4. Localización.....	67
3.4. Marco conceptual relacionado con el objetivo 3 .....	68
3.4.1. Plan de comercialización .....	68
3.4.2. Indicadores clave de desempeño (KPI) .....	69
3.4.3. Mercado .....	70
3.4.4. Planeación.....	70
3.5. Marco conceptual relacionado con el objetivo 4 .....	71
3.5.1. Fuentes de financiamiento.....	71
3.5.2. Flujo de caja .....	72
3.5.3. Indicadores financieros.....	73
3.5.4. Estados financieros .....	74
CAPÍTULO 4.....	75
Análisis de los resultados.....	75
4.1. Estudio de mercado .....	77

4.1.1. Oferta y demanda.....	77
4.1.2. Venta.....	89
4.1.3. Canales de distribución .....	91
4.2. Activos requeridos .....	96
4.3. Plan de comercialización.....	97
4.3.1. Asistencia de los clientes a un gimnasio.....	98
4.3.2. Servicios complementarios con la sala de fuerza .....	99
4.3.4. Frecuencia de asistencia a la sala de fuerza .....	100
4.3.5. Compañía de los clientes para asistir a la sala de fuerza .....	102
4.3.6. Mensualidad .....	104
CAPÍTULO 5.....	108
Propuesta, conclusiones y recomendaciones .....	108
5.1. Propuesta.....	108
5.1.1. Justificación de la propuesta .....	108
5.1.2. Objetivo de la propuesta.....	108
5.1.3 Metodología de la propuesta .....	109
5.1.4 Estrategias propuestas.....	109
5.1.5 Plan de acción de la propuesta.....	128
5.1.6 Presupuesto de la propuesta.....	131
5.1.6.1. Cálculo de demanda potencial y real .....	131
5.1.6.2. El Modelo de valoración de activos de capital (CAPM).....	133

5.1.6.3. Supuestos y estimaciones para la evaluación financiera de la Sala de fuerza de Congos Functional Training .....	135
5.1.6.4. Flujo de caja mensual para el año 2025 .....	136
5.1.6.5. Flujo de caja del inversionista .....	137
5.6.1.6. Cálculo del Valor de desecho económico .....	138
5.6.1.7. Flujo de caja del activo .....	138
5.6.1.8. Flujo del préstamo .....	139
5.6.1.9. VAN neto ajustado .....	140
5.6.1.10. Balance general con proyección a cinco años .....	141
5.6.1.11. Estado de resultado con proyección a cinco años .....	141
5.6.1.12. Indicadores financieros .....	142
5.6.1.13. Punto de equilibrio .....	143
5.2. Conclusiones .....	146
5.2.1 Estudio de mercado .....	146
5.2.2 Activos requeridos .....	146
5.2.3 Plan de comercialización .....	147
5.2.4 Fuentes de financiamiento .....	148
5.3. Recomendaciones .....	149
Lista de Referencias .....	150
Anexos .....	160

### Lista de tablas

Tabla 1: Análisis de las variables: Objetivo 1 .....	26
Tabla 2: Análisis de las variables: Objetivo 2 .....	27
Tabla 3 :Análisis de las variables: Objetivo 3.....	28
Tabla 4: Análisis de las variables: Objetivo 4.....	29
Tabla 5: Fuentes utilizadas en cada uno de los objetivos específicos planteados .....	33
Tabla 6: Fuerza laboral de 15 años y más de los distritos Filadelfia y Palmira del cantón de Carrillo.....	35
Tabla 7: Análisis e interpretación de la información del objetivo específico 1 .....	40
Tabla 8: Análisis e interpretación de la información del objetivo específico 2. ....	41
Tabla 9: Análisis e interpretación de la información del objetivo específico 3. ....	41
Tabla 10: Análisis e interpretación de la información del objetivo específico 4 .....	42
Tabla 11: Población de 15 años y más por condición de actividad de los distritos de Palmira y Filadelfia .....	54
Tabla 12: Trabajos relacionados con el presente seminario provenientes de universidades nacionales e internacionales .....	61
Tabla 13: Distribución inicial de la muestra de clientes potenciales con base a sexo y lugar de residencia .....	77
Tabla 14: Muestra por conglomerado de los clientes potenciales (distribución final) .....	77
Tabla 15: Tabla comparativa del gimnasio en estudio y de su competencia.....	112
Tabla 16: Cotizaciones de activos requeridos .....	126
Tabla 17: Plan de acción de la propuesta.....	128
Tabla 18: Cálculo de la demanda potencial .....	132
Tabla 19: Cálculo de la demanda potencial .....	132
Tabla 20: Cálculo de la demanda real .....	132

Tabla 21: Datos por utilizar para el Modelo de valoración de activos de capital (CAPM).....	133
Tabla 22: Cálculo del CPPC apalancado.....	134
Tabla 23: Cálculo del CPPC no apalancado.....	134
Tabla 24: Flujo de caja mensual para el 2025 de la Sala de fuerza de Congos Functional Training.....	136
Tabla 25: Flujo de caja del inversionista de la sala de fuerza de Congos Functional Training..	137
Tabla 26: Flujo de caja del activo de la Sala de fuerza de Congos Functional Training .....	139
Tabla 27: Flujo del préstamo de sala de fuerza de Congos Functional Training .....	140
Tabla 28: VAN neto ajustado .....	140
Tabla 29: Balance general de Sala de fuerza de Congos Functional Training .....	141
Tabla 30: Estado de resultado de Sala de fuerza de Congos Functional Training .....	142
Tabla 31: Razones financieras aplicadas a la Sala de fuerza Congos Functional Training .....	143
Tabla 32: Punto de equilibrio en unidades (mensualidades).....	144
Tabla 33: Punto de equilibrio en dólares y comprobación.....	144

### **Lista de figuras**

Figura 1: Relaciones e interrelaciones de las variables identificadas .....	30
Figura 2: Fórmula de la muestra planeada.....	37
Figura 3: Muestra aplicada a la población de clientes potenciales .....	37
Figura 4: Nivel educativo de la población de Carrillo .....	55
Figura 5: Residencia actual de los clientes reales.....	81
Figura 6: Residencia actual de los clientes potenciales.....	81
Figura 7: Sexo de los clientes reales.....	82
Figura 8: Sexo de los clientes potenciales .....	83
Figura 9: Edades de los clientes reales.....	83
Figura 10: Edades de los clientes potenciales .....	84

Figura 11: Rango de ingresos mensuales de los clientes reales .....	85
Figura 12: Rango de ingresos mensuales de los clientes potenciales .....	85
Figura 13: Ocupación en la que se desempeñan los clientes reales .....	86
Figura 14: Ocupación en la que se desempeñan los clientes reales .....	87
Figura 15: Principal propósito de asistir a una sala de fuerza para clientes reales .....	88
Figura 16: Principal propósito de asistir a una sala de fuerza para clientes potenciales .....	88
Figura 17: Clientes potenciales interesados en el servicio de sala de fuerza .....	90
Figura 18: Conocimiento de los clientes potenciales sobre la existencia del gimnasio Functional Training .....	92
Figura 19: Redes sociales preferidas por clientes reales como canales de distribución y comunicación del gimnasio Congos Functional Training .....	93
Figura 20: Redes sociales preferidas por clientes potenciales como canales de distribución y comunicación del gimnasio Congos Functional Training .....	94
Figura 21: Uso y funcionamiento de la aplicación de reservación de citas del gimnasio para los clientes reales .....	95
Figura 22: Uso y funcionamiento de la aplicación de reservación de citas del gimnasio para los clientes potenciales .....	95
Figura 23: Asistencia de los clientes potenciales a un gimnasio .....	98
Figura 24: Interés de clientes reales de adquirir servicios complementarios con la sala de fuerza .....	99
Figura 25: Interés de clientes potenciales de adquirir servicios complementarios con la sala de fuerza .....	100
Figura 26: Frecuencia de asistencia a la sala de fuerza por parte de clientes reales .....	101
Figura 27: Horario más frecuente de asistencia a la sala de fuerza por parte de clientes reales .....	101
Figura 28: Frecuencia de asistir a la sala de fuerza para clientes potenciales .....	102

Figura 29: Horario más frecuente de asistir a la sala de fuerza para clientes potenciales .....	102
Figura 30: Compañía de los clientes reales para asistir a una sala de fuerza .....	103
Figura 31: Compañía de los clientes potenciales para asistir a una sala de fuerza .....	104
Figura 32: Rango de efectivo que los clientes reales estarían dispuestos a desembolsar mensualmente por el servicio de la sala de fuerza .....	105
Figura 33: Rango de efectivo que los clientes potenciales estarían dispuestos a desembolsar mensualmente por el servicio de la sala de fuerza .....	105
Figura 34: Disposición de los clientes reales sobre el pago de mensualidades en Congos Functional Training.....	106
Figura 35: Disposición de los clientes potenciales sobre el pago de mensualidades en Congos Functional Training.....	107
Figura 36: Estrategias de promoción del agrado de los clientes reales .....	118
Figura 37: Estrategias de promoción del agrado de los clientes potenciales.....	119
Figura 38: Punto de equilibrio .....	145

### **Lista de siglas y abreviaturas**

BCCR: Banco Central de Costa Rica.

CCSS: Caja Costarricense de Seguro Social.

CEMEDE: Centro Mesoamericano de Desarrollo Sostenible del Trópico Seco.

CICR: Cámara de Industrias de Costa Rica.

D-101-1: Declaración Jurada del Impuesto sobre la Renta- Régimen Tradicional.

D-104: Declaración Jurada del Impuesto al Valor Agregado.

EEFF: Estados Financieros.

FIDEIMAS: Fidecomiso del IMAS.

FMI: Fondo Monetario Internacional.

ICODER: Instituto Costarricense del Deporte y la Recreación.

IMAS: Instituto Mixto de Ayuda Social.

INA: Instituto Nacional de Aprendizaje.

INAMU: Instituto Nacional de las Mujeres.

INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos.

INS: Instituto Nacional de Seguros.

ISR: Impuesto Sobre la Renta.

IVA: Impuesto al Valor Agregado.

KPI: Key Performance Indicators (indicadores clave de desempeño)

MEIC: Ministerio de Economía, Industria y Comercio.

Mipymes: Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

MH: Ministerio de Hacienda.

MTSS: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.

PESTEL: Análisis Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal.

PIB: Producto Interno Bruto.

PRI: Periodo de Recuperación de la Inversión.

PROCOMER: Promotora de Comercio Exterior.

PSF: Permiso Sanitario de Funcionamiento.

PUCP: Pontificia Universidad Católica del Perú.

SBD: Sistema de Banca para el Desarrollo.

SBDC: Centros para el Desarrollo de la Pequeña Empresa.

TEC: Instituto Tecnológico de Costa Rica.

TIR: Tasa Interna de Retorno.

TPM: Tasa de Política Monetaria.

UCR: Universidad de Costa Rica.

UNA: Universidad Nacional de Costa Rica.

UNED: Universidad Estatal a Distancia.

UTN: Universidad Técnica Nacional.

VAN: Valor Actual Neto.

## Resumen ejecutivo

Congos Functional Training es un gimnasio que requiere ampliar su oferta y a la vez, brindar un servicio diferente al funcional; por eso desea la apertura de una sala de fuerza, que le permita posicionarse como un gimnasio con una diversificación de servicios, que le facilite competir contra los demás gimnasios de la zona.

Por esta razón, el presente trabajo final de graduación tiene como objetivo general: Determinar el plan de inversión que permita la expansión y comercialización de una sala de fuerza, en el gimnasio Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque para el año 2025. Para lograrlo, se emplearán las técnicas de observación, entrevista y encuesta, que permitan recolectar la información necesaria para su desarrollo.

Entre los resultados más relevantes se destaca, que la mayoría de los clientes reales y potenciales está interesada en la sala de fuerza e incluso muchos de ellos desean complementarla con otro servicio actual del gimnasio. Asimismo, los activos planteados por los encargados responden a las necesidades del mercado meta y la zona de construcción de la sala de fuerza se encuentra en óptimas condiciones, para la ejecución de la obra.

Es importante mencionar, que el plan de acción consta de 11 estrategias distribuidas en la mezcla de mercado: producto, precio, promoción y plaza, para las cuales sus responsables serán tanto el propietario Carlos López como la administradora Ruth Marín y cada una de ellas tendrá un orden de prioridad, que facilite la entrada del servicio al mercado. El plan de inversión requiere de un monto inicial de \$23 469,99, de los cuales, el 70 % se financiará con deuda y el 30 % con recursos propios.

Al finalizar el trabajo, se reveló que el 75 % de la demanda real está interesada en adquirir la sala de fuerza junto a otro servicio actual del gimnasio, Paquete Fit, lo que generaría una mayor entrada de ingresos para el emprendimiento. Otro aspecto por destacar es, que el plan de inversión es más rentable y factible financieramente, si es financiado en parte con deuda.

## Summary

Congos Functional Training es a gym that needs to expand its offerings while also providing a service different from functional training, therefore, it seeks to open a weight training room that will allow it to position itself as a gym with a diversified range of services, making it easier to compete against other gyms in the area.

For this reason, the present graduation project has the following general objective: To determine the investment plan that will enable the expansion and commercialization of a weight training room at Congos Functional Training gym, located in Paso Tempisque, for the year 2025. To achieve this, observation, interview, and survey techniques will be used to collect the necessary information for its development.

Among the most relevant findings, it stands out that the majority of current and potential clients are interested in the weight training room, and many of them even wish to complement it with another existing service at the gym. Likewise, the assets proposed by the management align with the needs of the target market, and the construction area for the weight training room is in optimal condition for the execution of the project.

It is important to mention that the action plan consists of 11 strategies distributed across the marketing mix: product, price, promotion, and place, for which the responsible parties will be both the owner, Carlos López, and the administrator, Ruth Marín. Each strategy will have a priority order to facilitate the service's entry into the market. The investment plan requires an initial investment of \$23,469.99, of which 70% will be financed through debt and 30% with internal resources.

At the conclusion of the project, it was revealed that 75% of actual demand is interested in purchasing the weight training service along with another current service at the gym, the "Paquete Fit", which would generate greater income for the business. Another notable aspect is that the investment plan is more profitable and financially feasible if it is partially financed through debt.

## CAPÍTULO 1

### Aspectos metodológicos

#### 1.1.1. Planteamiento y descripción del problema

En la antigua Grecia, se le dio una gran importancia a la incorporación de la educación física, haciendo que se crearan centros para mostrar y aplicar este tipo de educación, donde generalmente se acostumbraba a practicar sin ropa. Estos centros son los que se conocen actualmente como gimnasios.

Cubas (2020) plantea que, aproximadamente a mediados del siglo XIX, específicamente entre 1848 - 1852 gracias al trabajo de Friedrich Jahn y con un grupo político denominado Gimnásticos, formaron un movimiento al que llamaron “gimnastas” y se crearon diferentes gimnasios en diversas partes de Alemania y Estados Unidos, dado que estos estaban teniendo una buena participación de las personas, tanto de adultos como de niños que practicaban deportes y para inicios del siglo XX, ya se habían instaurado en diversas partes del mundo.

Con base en lo anterior, se puede deducir que desde siglos atrás, la enseñanza y aplicación de la educación física ha ido tomando un papel fundamental para la civilización, sumado a que contribuyen con la salud humana, por lo cual, tanto su aprendizaje como la implementación en las diferentes disciplinas que existen dentro de este, representan aspectos beneficiosos para las personas y los gimnasios como tales.

Acerca de la industria del *fitness*, internacionalmente, Allied Market Research (2024) menciona, que América del Norte es uno de los mercados más grandes de equipos *fitness* en todo el mundo, debido a que obtuvo una gran cantidad de ingresos en 2023, representando casi la mitad del mercado mundial; seguidamente se encuentra Europa y luego Asia, siendo los países de referencia más importantes en el mundo del *fitness*.

En lo que respecta a América Latina, la industria del *fitness* ha evolucionado con pasos firmes, pues en la actualidad, según Hurtado (2024) “el mercado latinoamericano del *fitness* está en constante crecimiento, con un valor estimado en más de 6 mil millones de dólares y

una tasa de crecimiento anual del 5 %” (párr. 11), esto ha permitido que se convierta en una industria agresiva competitivamente, porque se respaldan en la innovación y en la mejora continua, para ofrecer servicios y productos cada vez más atractivos.

Es importante aclarar, que los gimnasios se pueden dividir en dos categorías, los funcionales y los convencionales. Los funcionales lugares para desarrollar movimientos continuos en los que se trabaja todo el cuerpo y en los convencionales se trabaja un grupo de músculos específicamente.

En Costa Rica, se da la existencia de gimnasios tanto funcionales como convencionales, la elección de estos dependerá de los gustos y preferencias de cada persona. Según Herrera (2022), World Gym Costa Rica es el pionero del desarrollo *fitness* en el territorio nacional, actualmente tiene una trayectoria de 21 años y brinda una variedad de clases a sus clientes, con las máquinas más modernas.

En el ámbito local, en Paso Tempisque y sus alrededores, se encuentran cuatro gimnasios que serían: dos funcionales que corresponden a Booster y Congos Functional Training y dos convencionales, los cuales son Gym donde Jason y Grant Fit Gym.

Este trabajo se enfoca en el gimnasio Congos Functional Training, donde se ofrece entrenamiento funcional, de acondicionamiento físico y yoga para adquirir fuerza, resistencia y flexibilidad en las distintas actividades cotidianas, laborales o deportivas, según el interés de la persona que asista.

Pero para ampliar su oferta y a la vez brindar un servicio diferente al funcional, con este emprendimiento se intenta la apertura de una sala de fuerza, que le permita un mejor posicionamiento en su mercado geográfico de gimnasios, mediante el aprovechamiento de equipos deportivos más modernos y avanzados, dirigidos a mejorar el nivel de resistencia, fuerza y crecimiento muscular.

Según el propietario del establecimiento, Carlos Arturo López Hernández (comunicación personal, 06 de septiembre, 2024), “con la incorporación de esta zona de entrenamiento se

pretende cobrar un adicional a la mensualidad para aquellos clientes interesados en utilizarla, lo que se convertirá en nuevos ingresos para la empresa, mejorando su rentabilidad". Por ende, el proyecto representa una oportunidad de negocio, para posicionarse como un gimnasio con una diversificación de servicios, que le facilitará competir contra los otros tres gimnasios de la zona.

Cabe destacar, que una sala de fuerza es un espacio, el cual permite variedad de opciones en ejercicios y máquinas especializadas, para el desarrollo de músculos en brazos, piernas, abdomen y glúteos, con el apoyo de instructores que proporcionan orientación y respaldo.

Para su puesta en marcha, se requiere de un plan de inversión, consistente en un documento que establece los pasos por seguir para la obtención de metas por medio de inversiones, en las que será necesaria la obtención de las fuentes de financiamiento menos costosas. Por consiguiente, en el presente plan de inversión para la expansión y comercialización de una sala de fuerza, es necesaria la adquisición de activos que corresponden a la construcción de un pequeño espacio, contiguo al gimnasio, cuyo piso sea resistente en relación con el equipo y el techo, para continuar con la temática *outdoor* (al aire libre) que caracteriza al gimnasio, así como la compra de máquinas especializadas que brindan movimientos guiados: cinco poleas, tres cintas para correr, dos máquinas de abductor, dos *press* de banca, dos *press* de pierna, dos *chest press*, un *high pull* y un *smith machine*.

Por ello, será necesaria la realización de un estudio de mercado, para conocer los gustos, preferencias y necesidades del público meta, así como un análisis situacional del entorno en que se desenvuelve el negocio. Partiendo de esto, se efectuará un plan de comercialización para dicha sala de fuerza, en el que se definirán estrategias de *marketing* efectivas, que capten la atención de los clientes reales y potenciales, hacia el nuevo servicio que ofrecerá Congos Functional Training. Lo anterior, permitirá crecer e innovar al mismo tiempo, con la incorporación de este espacio para el entrenamiento.

### **1.1.2. Interrogante de la investigación**

¿Cuál es el plan de inversión que permita la expansión y comercialización de una sala de fuerza, en el gimnasio Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque?

### **1.1.3. Justificación de la investigación**

La apertura de una sala de fuerza, en un gimnasio funcional, permite la incorporación de diversos equipos para trabajar la musculación, esto lo convierte en un entrenamiento más dinámico, efectivo y novedoso, dado que por lo general, en el entrenamiento funcional, cada persona ejecuta movimientos corporales repetitivos libres o con peso, por lo que incluir estas máquinas permitirá diversificar el servicio al integrar el entrenamiento convencional, al proporcionar a la vez un enfoque más específico en un grupo muscular del cuerpo, reducir las posibilidades de lesiones y ser de fácil uso, lo que permitirá complementar ambas categorías (funcional y convencional) para aprovechar sus beneficios.

Por consiguiente, este espacio brindará mejores resultados en fuerza, resistencia, tonificación e hipertrofia, al igual que proporcionará contribuciones significativas en la salud en relación con patologías. En este sentido, Baldó (2022) indica que ayudará a darle un mejor tratamiento a las lesiones y padecimientos como osteoporosis, obesidad, estrés, asma, diabetes, artritis y otras, como enfermedades musculares, cardíacas y mentales.

Con el establecimiento de la sala de fuerza, se pretende ampliar e innovar el servicio ofrecido por Congos Functional Training, al impartir un entrenamiento más avanzado, completo y estructurado, convirtiéndolo en un lugar más atractivo que capte la atención de nuevos clientes amantes de las actividades físicas y los deportes, sumado a que representaría un valor agregado para los clientes activos, al complementar sus rutinas con la apertura de esta zona de entrenamiento.

De esta forma, al ofrecer el nuevo servicio se espera, como indicó anteriormente Carlos Arturo López Hernández, propietario del gimnasio, el aumento de las personas interesadas en mantener una condición física saludable, en una zona relativamente cerca de sus casas de

habitación, lugares de trabajo, así como de centros de recreación y educación, donde se incluyan equipos innovadores y efectivos, representa una buena oportunidad de negocio para que este gimnasio, ubicado en Paso Tempisque, pueda hacerle frente a la competencia, porque al implementar este tipo de equipos, garantiza una mejor alternativa en comparación con sus competidores directos.

Los beneficiarios de la apertura de la sala de fuerza serán, primeramente los clientes actuales del gimnasio, dado que algunos de ellos son deportistas en diferentes disciplinas y les permitiría potenciar mayormente en el área del cuerpo deseada, igualmente, existen otros usuarios que presentan lesiones o enfermedades y por medio de la asesoría y supervisión al utilizar estos equipos deportivos se puede garantizar una ejecución de los ejercicios más adecuada que puede mejorar la condición de sus padecimientos o dificultades físicas. No obstante, es fundamental destacar que la sala estará a disposición de cualquier persona que desee implementar una rutina de ejercicios más avanzada, o que requiera de mayor fuerza, sin importar la finalidad o el interés.

Finalmente, con el plan de inversión se promueve, la oferta de un servicio más especializado en Congos Functional Training, que permitirá al emprendimiento mayor fuerza desde el punto de vista competitivo, mientras se ajusta a las tendencias del entrenamiento funcional actual, para satisfacer las diferentes necesidades y requerimientos de los clientes reales y potenciales.

Parte del plan estratégico de la Sede Regional Chorotega 2023-2027, rescata lo siguiente:

La Sede Regional Chorotega de la UNA, asentada en el Campus Liberia y Campus Nicoya, toma el compromiso de impulsar la acción sustantiva: docencia, investigación, extensión social y producción académica en la Región Chorotega a través de un nuevo Plan Estratégico con enfoque prospectivo, cobijado por un Plan de Mediano Plazo

Institucional 2023-2027 aprobado por Asamblea de Representantes el 13 de julio del 2022. (p.4)

Por lo que, este seminario se alinea a la Prioridad Estratégica Institucional:

Consolidación del desarrollo regional, de sedes y de la Sección Regional. Objetivo estratégico de mediano plazo: posicionar la UNA como referente en las regiones y territorios mediante el fortalecimiento de las sedes y de la Sección Regional y las acciones de colaboración y articulación entre facultades, centros, universidades y otras instituciones para promover el desarrollo humano sostenible e incidir en el bienestar integral de las comunidades en todo el país.

A las Metas Estratégicas Institucionales: 3.1.3. Generar alianzas académicas intrauniversitarias e interuniversitarias que permitan el desarrollo de iniciativas de investigación y extensión conjuntas en las regiones, territorios y comunidades. 3.1.4. Desarrollar alianzas universitarias con participación interinstitucional pública y con otras organizaciones de la sociedad civil en los ámbitos regionales, territoriales y locales.

Asimismo, se adscribe al portafolio de investigación y extensión de la Sede Regional Chorotega en el área estratégica institucional de mipymes, líneas 5.2: fortalecimiento de capacidades de alfabetización empresarial en pymes y áreas rurales; y corresponde al objetivo estratégico 2 del Centro Mesoamericano de Desarrollo Sostenible del Trópico Seco (CEMEDE), el cual cita, fortalecer la capacidad de gestión en las mipymes para el mejoramiento de ingresos y empleo de las comunidades ubicadas en Mesoamérica. Para finalizar, por la realidad social que impera en esta parte de Guanacaste, es que nace este seminario como una oportunidad viable para colaborar con los emprendimientos.

#### **1.1.4. Delimitación temporal, espacial, institucional y/o empresarial (enfoque, ámbito, área y moneda)**

El presente trabajo final de graduación presenta la siguiente delimitación:

Enfoque: Activos requeridos, producto, emprendimiento, estudio de mercado, plan de comercialización y finanzas.

Ámbito: Administración

Área: Empresarial

Temporal: 2024-2025

Espacial: Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque

Moneda: Dólar estadounidense.

## **1.2. Objetivos de la investigación**

A continuación, se presentan los objetivos de la presente investigación.

### **1.2.1. Objetivo general**

Determinar el plan de inversión que permita la expansión y comercialización de una sala de fuerza, en el gimnasio Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque para el año 2025.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

Realizar un estudio de mercado que determine la oferta, la demanda, posibles ventas y canales de distribución para la expansión y comercialización de una sala de fuerza en Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque.

Identificar los activos requeridos para la expansión y comercialización de una sala de fuerza en Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque.

Proponer un plan de comercialización que incremente la venta para la sala de fuerza en Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque.

Identificar las fuentes de financiamiento, y sus costos, que pueda aprovechar Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque.

## **1.3. Modelo de análisis**

Seguidamente se presenta la relación de las variables con el trabajo final de graduación:

### 1.3.1. Conceptualización, operacionalización e instrumentalización

#### de las variables

**Tabla 1**

*Análisis de las variables: Objetivo 1*

<b>Objetivo específico 1:</b> Realizar un estudio de mercado que determine la oferta, la demanda, posibles ventas y canales de distribución para la expansión y comercialización de una sala de fuerza en Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque.			
<b>Variable</b>	<b>Conceptualización</b>	<b>Operativización</b>	<b>Instrumentos</b>
Estudio de mercado	Moncayo <i>et al.</i> (2021) define el estudio de mercado como: un conjunto de acciones que se desarrollan con la finalidad de conocer la respuesta del mercado, proveedores, competencia respecto a un producto o servicio. Además, permite analizar aspectos esenciales como el precio de los productos o el modo de comunicación y distribución de los mismos. (p.2209)	Esta variable se hace operativa de la siguiente forma: Se realizó una investigación de mercado para determinar la demanda, oferta, competencia, canales de distribución, así como, gustos y preferencias de las personas con respecto a la sala de fuerza en Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque. Esto generó información valiosa al plan de comercialización propuesto en el objetivo 3. Asimismo, se tuvo una mejor orientación en cuanto a los activos requeridos, que si bien no es información determinante para esto, puede servir como guía en la inversión. Lo importante es que este punto permitió conocer como está compuesta la demanda real, así como su proyección futura (demanda potencial). Por último, se realizó un análisis de la estacionalidad de las ventas que posee este emprendimiento.	Para llevar a cabo este objetivo se utilizaron los siguientes instrumentos: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se realizó un proceso de observación para cuantificar y clasificar los emprendimientos o microempresas que se ubican en la zona de influencia de esta investigación. Esto sirvió como información preliminar que coadyuve al estudio de mercado.</li> <li>2. Se aplicó una entrevista a la persona propietaria del establecimiento, quién es la que se encargará de la comercialización del producto. Lo anterior permite el conocimiento de la demanda histórica y cuáles son los requerimientos necesarios para comercializar el producto.</li> <li>3. Se diseñaron dos cuestionarios, uno dirigido a los clientes reales y el otro a los clientes potenciales. Dicho instrumento se aplicó a la muestra seleccionada de la población potencial. En el caso de los clientes reales, el cuestionario se aplicó a toda la población. El cuestionario consistió en preguntas de intención de compra y de medición de la competencia, así como de gustos y preferencias, entre otros aspectos.</li> <li>4. Se realizó una investigación en fuentes bibliográficas para obtener datos referentes al consumo y demanda del producto, así como su evolución histórica.</li> <li>5. Se elaboró un análisis PESTEL, ya que esto ayuda a conocer el entorno en donde se desenvuelve el negocio y valorar si está preparado para ser competitivo en el mercado que va a incursionar.</li> </ol>

Tabla de variables. Elaboración propia basada en los objetivos específicos de la investigación, 2024.

Tabla 2

## Análisis de las variables: Objetivo 2

**Objetivo específico 2:** Identificar los activos requeridos para la expansión y comercialización de una sala de fuerza en Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque.

Variable	Conceptualización	Operativización	Instrumentos
Activos requeridos	Conforme a Muñoz <i>et al.</i> (2020), los activos requeridos corresponden a “la masa patrimonial formada por la agrupación de los elementos representativos de bienes, derechos y otros recursos controlados económicamente por la empresa” (p.27).	Se determinó mediante una visita programada, cuáles son los activos necesarios y requeridos para el establecimiento. Esto, con base en los resultados del estudio de mercado que se mencionó en el primer objetivo. Se tomaron los datos necesarios para la verificación de las necesidades que presenta la demanda. De igual forma, se procedió a realizar una clasificación del inventario que posee actualmente el establecimiento, versus lo que se necesita. Por otro lado, la determinación de estos activos ayudó a garantizar que el establecimiento funcione en óptimas condiciones, cuando se ofrezca el servicio del emprendimiento.	Los instrumentos que se utilizaron para la consecución de este objetivo son los siguientes: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se realizó una visita al establecimiento para recopilar información de los activos requeridos.</li> <li>2. Se realizó una entrevista al propietario para conocer la cantidad de activos necesarios para el establecimiento.</li> <li>3. Luego se procedió al correcto procesamiento de los activos en las hojas de cálculo respectivas.</li> <li>4. Se efectuaron cotizaciones para la determinación de los costos de los activos requeridos.</li> <li>5. Se realizó investigación en fuentes bibliográficas como soporte conceptual referente al tema.</li> </ol>

Tabla de variables. Elaboración propia basada en los objetivos específicos de la investigación, 2024.

Tabla 3

## Análisis de las variables: Objetivo 3

**Objetivo específico 3:** Proponer un plan de comercialización que incremente la venta para la sala de fuerza en Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque.

Variable	Conceptualización	Operativización	Instrumentos
Plan de comercialización	De acuerdo con Xarxa Empren (2022) explica lo siguiente: Se trata de un documento que establece cuál es tu producto o servicio, tu público objetivo, qué acciones llevar a cabo para atraer y retener a estos clientes y cuál es la proyección o estimación de ventas en un periodo de tiempo determinado.(p. 2)	Esta variable se hace operativa de la siguiente forma: Se diseñaron indicadores claves de desempeño estratégico (KPI) como parte del plan de comercialización, porque esto permitió conocer qué requiere el establecimiento para lograr sus objetivos y de esta forma ser coherente con lo que se desea para el futuro. De igual forma, se conoció la situación real del negocio monitoreando cada uno de sus procesos y áreas fundamentales mediante variables claves para el éxito del plan planteado. Y se dispuso de información, segura, confiable y oportuna que ayude a la toma de decisiones de manera eficaz, eficiente y equilibrada por parte del establecimiento. Este objetivo suministra datos correctos en el momento oportuno y a las personas óptimas, para una excelente gestión de este negocio. Por otro lado, se realizó una descripción del cliente al que estará enfocado, esto para comprender al cliente meta. Por último, se realizó un análisis del mercado en el que operará este establecimiento para la recopilación de información y el éxito en su comercialización y posicionamiento.	Para la consecución de este objetivo, es importante tomar en cuenta lo siguiente: 1. Se definió el plan de comercialización, por lo que se determinaron los indicadores clave de desempeño estratégico (KPI) que se intentarán alcanzar en el establecimiento. 2. Se identificó el mercado al que está dirigido este establecimiento, pues es importante conocer cuál es el público objetivo y cuáles son sus gustos, preferencias y necesidades. 3. Se determinaron las acciones concretas que se llevarán a cabo para alcanzar los objetivos y en qué orden de prioridad se desean lograr. 4. Se realizó un análisis de la situación actual, la logística, la distribución, los costos y la competencia. 5. Investigar y entender que no solo existe este establecimiento, sino que la competencia puede ser fuerte.

Tabla de variables. Elaboración propia basada en los objetivos específicos de la investigación, 2024.

Tabla 4

## Análisis de las variables: Objetivo 4

<b>Objetivo específico 4:</b> Identificar las fuentes de financiamiento, y sus costos, que pueda aprovechar Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque.			
<b>Variable</b>	<b>Conceptualización</b>	<b>Operativización</b>	<b>Instrumentos</b>
Fuentes de financiamiento	Según Ayala (2021) explica que: Las fuentes de financiamiento son un medio que permite llegar a conseguir sus objetivos a medio o largo plazo, estas fuentes pueden ser internas o externas, es decir que se puede financiar por medio de aportaciones de socios o por liquidación de activos, a diferencia de las externas que son deudas que adquieren por medios de créditos bancarios o similares (p. 2).	Esta variable se hace operativa de la siguiente forma: Luego de haber completado los tres primeros objetivos y contar con información recopilada sobre el tema, se procedió a realizar un análisis de las fuentes de financiamiento que se podrían aplicar para este establecimiento, dado que en la región se cuenta con fuentes sociales como FIDEIMAS, INAMU, entre otros y fuentes bancarias como el sistema bancario nacional. De esta forma, se analizan los impactos que estas podrían producir. Una vez que se tuvo la información disponible se prepararon flujos de caja, indicadores financieros y estados financieros. Fue importante conocer la inversión inicial, el punto de equilibrio, la estructura de capital y otros factores necesarios en la realización de esta investigación.	Para lograr este objetivo, se realizó lo siguiente: 1. Se generó flujo de cajas que abarcan la inversión inicial, y de ser necesario se incluirá el capital y préstamos. 2. Se evaluaron detalladamente las distintas tasas de interés y los requisitos impuestos por las instituciones financieras. 3. Se tomaron en cuenta los ingresos y gastos proyectados, asociados a la ejecución del plan de inversión. 4. Se incorporaron diversas métricas para buscar la decisión de inversión óptima y calcular las ganancias potenciales, considerando los factores de inversión, gastos e ingresos antes mencionados.

Tabla de variables. Elaboración propia basada en los objetivos específicos de la investigación, 2024.

### 1.3.2. Relaciones e interrelaciones de variables

A continuación, se presentan las relaciones e interrelaciones de las variables identificadas en la presente memoria de seminario.

**Figura 1**

*Relaciones e interrelaciones de las variables identificadas*



Elaboración propia basada en objetivos específicos, 2024.

En esta figura se pueden observar, las variables descritas para el desarrollo de la investigación. Por otro lado, la interrelación de estas variables ayuda a la consecución de los objetivos planteados en la investigación y principalmente al enfoque final de este trabajo.

#### **1.4. Estrategia de investigación aplicada**

En esta sección se abordan varios aspectos metodológicos, tales como: el tipo de investigación, las fuentes por utilizar (tanto primarias como secundarias), la población en estudio y su respectiva caracterización y selección, así como los métodos, técnicas e instrumentos utilizados y los procedimientos aplicados para la recopilación de los datos, los cuales se detallan a continuación:

##### **1.4.1. Tipo de investigación**

En el presente seminario se aplica un tipo de investigación mixto, una metodología que combina tanto métodos cuantitativos como cualitativos. Esta relación permite recolectar, analizar y combinar datos numéricos y no numéricos, para obtener una visión más completa y profunda de un fenómeno o problema de estudio.

Este tipo de investigación brinda la posibilidad de combinar los puntos fuertes de los enfoques cuantitativos y cualitativos, lo cual puede conducir la investigación a resultados más sólidos, con respuestas más completas a las preguntas de investigación. También permite abordar diversas perspectivas y contextos, además de explorar las complejidades y matices del tema en estudio.

En esa misma línea, en una investigación cualitativa se analiza y se describe el comportamiento de un grupo de personas, o de algún fenómeno en general. En el desarrollo de esta investigación se utilizó el método de la entrevista y una guía de observación.

Es por ello, que se considera de tipo cualitativa, puesto que se contemplaron las características en aspectos técnicos como: particularidades de cada tipo de servicio que se ofrece, aunadas a los gustos y preferencias de los consumidores, que son fundamentales en el desarrollo y ejecución del presente estudio.

De igual forma, se aplicó el enfoque cuantitativo para la recolección de datos, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, que permitieron establecer patrones de comportamiento.

El desarrollo de la investigación involucra apartados de tipo cuantitativo, cuando se contemplan aspectos como los costos, gastos, ingresos del proyecto y demás apartados de índole financiera y estadística, que son parte fundamental de la investigación, así como la aplicación de instrumentos asociados a la recolección de información.

#### **1.4.2. Fuentes de investigación**

Las fuentes que se emplean en el presente trabajo se especifican a continuación:

**1.4.2.1. Fuentes primarias.** El presente trabajo final de graduación utilizó como fuentes primarias:

La aplicación de una entrevista a Carlos Arturo López Hernández, propietario y a Ruth Vanessa Marín Matarrita, como administradora del establecimiento. De esta forma se recabó información, que fue de utilidad para el logro de los objetivos específicos.

De igual forma, se llevó a cabo la realización de cuestionarios, dirigidos a la población en estudio, los cuales fueron necesarios para conocer el grado de aceptación, gustos, preferencias, necesidades, competencias, entre otros.

**1.4.2.2. Fuentes secundarias.** Para la elaboración de este seminario se utilizó la revisión bibliográfica como fuente secundaria, específicamente libros, enfocados en temas como la administración, planes de negocio, mercadeo y finanzas.

La vigencia de la información es garantizada por los textos consultados y las citas referenciadas, del 2019 al 2024, esto con el fin de tener la información más actualizada, necesaria para la elaboración de este documento. Se utilizó información proveniente de páginas web de fuentes confiables, como tesis de grado, enciclopedias y libros académicos.

**Tabla 5**

*Fuentes utilizadas en cada uno de los objetivos específicos planteados*

<b>Objetivo específico</b>	<b>Fuentes primarias</b>	<b>Fuentes secundarias</b>
Realizar un estudio de mercado que determine la oferta, la demanda, posibles ventas y canales de distribución para la expansión y comercialización de una sala de fuerza en Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realiza una guía observación para determinar los gustos y preferencias y la demanda de los productos.</li> <li>• Entrevista a la persona propietaria del establecimiento.</li> <li>• Cuestionarios aplicados a la población seleccionada.</li> </ul>	Revisión en la web, artículos, revistas indexadas, libros impresos y electrónicos.
Identificar los activos requeridos para la expansión y comercialización de una sala de fuerza en Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista a la persona propietaria del establecimiento.</li> <li>• Se realiza un proceso de observación y clasificación de los activos existentes y los que se necesitan comprar.</li> <li>• Se realizan cotizaciones a empresas proveedoras.</li> </ul>	Revisión en la web, artículos, revistas indexadas, libros impresos y electrónicos.
Proponer un plan de comercialización que incremente la venta para la sala de fuerza en Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista a la persona propietaria del establecimiento.</li> <li>• Se toman en cuenta los resultados del instrumento aplicado.</li> </ul>	Revisión en la web, artículos, revistas indexadas, libros impresos y electrónicos.
Identificar las fuentes de financiamiento, y sus costos, que pueda aprovechar Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista a la persona propietaria del establecimiento.</li> <li>• Se toma en cuenta los resultados del instrumento aplicado.</li> </ul>	Revisión en la web, artículos, revistas indexadas, libros impresos y electrónicos.

### **1.4.3. Población**

Seguidamente, se define la caracterización de la población y la selección de esta, estos aspectos son de suma importancia, puesto que ayudaron a obtener datos veraces y necesarios para el desarrollo del proyecto.

Según algunos investigadores, se puede indicar que la población es un conjunto de objetos o personas, de los cuales se quiere investigar o conocer algo, por lo que, para la realización de esta investigación, la población en estudio son las personas que pertenecen al sector de Paso Tempisque y alrededores (Palmira, Los Jocotes y Filadelfia centro).

En términos de población, el último censo nacional de población en Costa Rica se efectuó en el año 2022; sin embargo, la bibliotecóloga del INEC, Sra. Judith Torres Ruiz indica, que este estudio tuvo una cobertura parcial y no se cuenta con ciertos datos como la población empleada y desempleada, al igual que el nivel de instrucción formal, lo que influye en que se dificulte el cálculo del tamaño de la población, por la falta de datos actualizados, precisos y confiables. Por consiguiente, se tomó la decisión de utilizar el censo del año 2011, dado que en este se encuentran datos, en ese nivel de desagregación, para los fines investigativos requeridos, entre ellos el cálculo de la muestra del presente Plan de Inversión. Con la elección de datos antiguos se pueden presentar limitaciones; sin embargo, es importante destacar que esta opción es la más conveniente, dado que es la más adecuada para obtener datos sólidos y aproximados y de esa manera, realizar un análisis más detallado que permita la toma de decisiones, con información fiable para la inversión.

Partiendo de lo anterior, en esta investigación la población se divide en demanda potencial y demanda real. La demanda potencial de Paso Tempisque y alrededores fue obtenida del censo de población desarrollado por el INEC en el año 2011, por lo que se estima con los siguientes parámetros: provincia Guanacaste, distritos Palmira y Filadelfia, cantón Carrillo, edad quinquenal de 15 a 65 años, población total de 4 096. En cuanto a la demanda real, esta se basa en los datos históricos, de personas que han asistido a este gimnasio

durante el último año y según el propietario son 110 personas, las que se han mantenido a lo largo del 2024. Este dato es importante, porque dicha población ha mostrado un interés creciente respecto al establecimiento de una sala de fuerza. Consecuentemente, esta demanda real no fue contemplada dentro de la demanda potencial y el instrumento se les aplicó a los usuarios, una vez que ingresaron al gimnasio a realizar ejercicios.

**Tabla 6**

*Fuerza laboral de 15 años y más, de los distritos Filadelfia y Palmira del cantón de Carrillo*

<b>Distrito</b>	<b>Población ocupada de 15 años y más</b>	<b>Población desempleada de 15 años y más</b>	<b>Fuerza laboral</b>
<b>Filadelfia</b>	2 297	188	2 485
<b>Palmira</b>	1 799	105	1 904
<b>Total</b>	<b>4096</b>	<b>293</b>	<b>4389</b>

Tabla de población ocupada y desocupada. Esta tabla muestra la fuerza laboral de 15 años y más de los distritos de Filadelfia y Palmira con datos tomados del Censo 2011 del INEC, 2022.

**1.4.3.1. Caracterización de la población de estudio.** Para este estudio, la población comprende a todas aquellas personas económicamente activas, según el INEC, que mantienen un estilo de vida saludable y muestran interés, preferentemente, en los gimnasios y los deportes. Es decir, personas que se consideren con la edad y las posibilidades para optar por el servicio ofrecido.

El rango de edad de la población es, de los 15 a los 65 años, hombres y mujeres sin distinción alguna, sin importar raza, etnia o religión.

Por consiguiente, la población meta son los ciudadanos de los distritos de Filadelfia y Palmira, contemplando a Los Jocotes y Paso Tempisque, que sean económicamente activos según sus estilos de vida, es decir, que cuenten con un trabajo que les brinde la capacidad y poder de decisión, para pagar con sus propios medios la mensualidad del gimnasio. De igual forma, aquellos que frecuenten el gimnasio Congos Functional Training representaron la

demanda real y por otro lado, quienes estuvieron interesados en usar la propuesta de la sala de fuerza considerados como la demanda potencial.

Asimismo, el objeto de estudio se encuentra ubicado, de forma tal, que sea de fácil acceso desde lugares cercanos.

**1.4.3.2. Definición de la selección de la población.** La muestra en estudio, de la población de clientes potenciales, se enfoca en el procedimiento probabilístico de tipo conglomerado, un método de selección de una muestra estadística que escoge varios grupos (llamados conglomerados, cúmulos o áreas) conformados por elementos heterogéneos de la población, pero que tienen algo en común, lo que aumenta la probabilidad de disponer, de un alto nivel de representatividad de la totalidad.

Este tipo de muestreo ayuda a crear o concretar un marco de muestreo de una población objetiva, con el fin de generar una muestra más racional y menos costosa.

Respecto a la población de clientes reales no se utilizó una muestra, por ende, no se necesitó un tipo de muestreo probabilístico, debido a que se trabajó con toda la población en estudio, es decir, los 110 clientes activos del gimnasio Congos Functional Training.

**1.4.3.3. Muestra.** El muestreo que se utilizó para la población de clientes potenciales es el denominado por conglomerados, donde los elementos de la población son seleccionados al azar, en forma natural por agrupaciones. Los elementos del muestreo se seleccionan de la población, de manera individual, uno a la vez.

Estos grupos estuvieron previamente divididos por rasgos o características, como gustos y preferencias, sectores de viviendas, estilos de vida, ingresos económicos, entre otros, siendo que cada individuo contó con la misma probabilidad de ser elegido en el proceso.

En este caso, la unidad de muestreo primaria está comprendida por: Área censal del conglomerado distrito de Palmira y Filadelfia. La unidad de muestreo secundaria fue: Hogares y personas dentro de las áreas censales.

A continuación, se presenta el cálculo de la muestra para la población de los clientes potenciales, con su respectiva fórmula estadística.

### Figura 2

*Fórmula de la muestra planeada*

$$n_0 = \left[ \frac{Z_{\alpha/2} \sqrt{PQ}}{d} \right]^2$$

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{n}}$$

La figura anterior representa la fórmula de la muestra que se utilizó para tener el número de personas encuestadas, es decir la muestra, que fue elaborada como se indicó anteriormente, con datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

**Donde: n<sub>0</sub>:** Simboliza el tamaño de muestra. **Z<sub>α/2</sub>:** Es una variable normal utilizada para designar el nivel de confianza del estudio, que en este caso es de un 95 %, para un valor de Z de 1.96. **P:** % de personas que están dispuestas a adquirir el servicio de una sala de fuerza. Por defecto se usa P= 50 % y Q= 50 % porque en estos valores la varianza poblacional es máxima. Esto se hace así en vista de que no se conoce el valor de la varianza poblacional. Pero después del proceso de recolección de datos, al disponerse de una estimación de dicha varianza, el tamaño de muestra se puede ajustar, con base en este valor estimado. **Q:** es igual a 100 %-1 (1-P sino se expresará porcentualmente). **d:** Simboliza el error máximo que tendría la muestra, en este caso se definió en un 7 % por ser una muestra mayor. **n:** Simboliza el tamaño final de la muestra.

### Figura 3

*Muestra aplicada a la población de clientes potenciales*

$$n_0 = \left[ \frac{1.96 \sqrt{50\% \times 50\%}}{7\%} \right]^2 = 196$$

$$n = \frac{196}{1 + \frac{196}{4096}} = 187,05$$

En la fórmula anterior se le añadieron los datos proporcionados por el INEC, donde la población de Carrillo se dividió entre Palmira y Filadelfia, que corresponde al promedio de habitantes por vivienda en Guanacaste, según la página del INEC del Censo 2011, lo que da 4096, siendo esta cantidad utilizada para obtener la muestra de la población de clientes potenciales, respecto a lo cual arrojó una muestra de 188 personas, para la cual se escogió un miembro de cada vivienda visitada para el estudio.

#### **1.4.4. Recopilación de los datos**

En el siguiente apartado se establecieron las técnicas e instrumentos, que fueron utilizados para la recolección de datos necesarios para el trabajo.

**1.4.4.1. Métodos, técnicas e instrumentos utilizados.** Para llevar a cabo la presente investigación, fue necesario establecer cuáles instrumentos y técnicas para la recolección de datos se utilizaron, de acuerdo con las características de la población, la viabilidad y el objetivo de la investigación. Lo anterior, con el propósito de obtener la información necesaria para luego ser analizada y comprendida.

A continuación, se presentan, las técnicas e instrumentos que se utilizaron para la recopilación de información:

**1.4.4.1.1. Revisión bibliográfica.** Esta técnica fue necesaria para obtener la mayor cantidad de información posible, lo que ayudó a darle una orientación a la investigación. Para esto se indagó en bibliografía relacionada con el tema objeto de estudio, como lo son las tesis de grado, libros, artículos, revistas, entre otros. Lo anterior facilitó la comprensión conceptual de la investigación. La recopilación de información se realizó tomando en cuenta repositorio institucional, bases de datos y consulta web en general. Todo lo anterior, basado en cinco años pasados a partir del 2024 hacia atrás.

**1.4.4.1.2. Entrevista semiestructurada.** Se aplicó una entrevista, con preguntas abiertas y cerradas, a la persona propietaria del establecimiento en donde se realizó este seminario, basado en la guía de entrevista que se utilizó como instrumento de recolección de

los datos, con el fin de conocer aspectos importantes, relacionados con las variables del estudio de mercado, activos requeridos, plan de comercialización y fuentes financieras. El periodo de recopilación de datos fue de enero a mayo 2025.

**1.4.4.1.3. Observación.** Para esta técnica, se utilizó la guía de observación como instrumento, dado que es una herramienta fundamental para recopilar información de manera objetiva. Esta técnica se usó para generar información, principalmente para completar el objetivo número dos, el cual es sobre activos requeridos. Y fue necesaria para la selección de la población total, determinar los gustos y preferencias de los consumidores. Por tal razón, esta técnica se aplicó para la recopilación de información previa, en el periodo de agosto y setiembre de 2024. A la vez, fue aplicada por segunda vez, en el periodo de enero a mayo 2025.

**1.4.4.1.4 Encuesta.** El cuestionario es un instrumento cuantitativo que se utiliza para esta técnica, que ayudó a la recolección de datos a partir de una serie de preguntas, aplicadas por medio de Google Forms a la población seleccionada. Contó con preguntas dicotómicas, abiertas y cerradas y ordinal politómicas. Esta técnica permitió la recopilación de información en el periodo febrero y marzo de 2025.

**1.4.4.1.5 Juicio de expertos.** Se utilizó esta técnica con el fin de obtener una opinión calificada, de personas expertas sobre equipos y materiales que se requieren para la identificación de los activos y sus costes. Permitted recopilar información en el periodo de marzo y abril del 2025.

### 1.4.5. Análisis e interpretación de la información

Con la recopilación de datos, e información mediante fuentes primarias, como la observación, la entrevista, el cuestionario, además del juicio de expertos y las fuentes secundarias como la revisión en la web, así como artículos y revistas, se procede a realizar el análisis.

En las distintas áreas del plan de inversión, se contemplan diferentes análisis para el logro de cada uno de los objetivos específicos propuestos, por lo que seguidamente se presenta un resumen del análisis e interpretación de la información recopilada, que se relaciona con los objetivos específicos y las variables seleccionadas.

#### Tabla 7

##### *Análisis e interpretación de la información del objetivo específico 1.*

**Objetivo general:** Determinar el plan de inversión que permita la expansión y comercialización de una sala de fuerza, en el gimnasio Congos Funcional Training ubicado en Paso Tempisque para el año 2025.

Objetivo específico	Variable	Indicadores	Instrumento	Fuente
Realizar un estudio de mercado que determine la oferta, la demanda, posibles ventas y canales de distribución para la expansión y comercialización de una sala de fuerza en Congos Funcional Training ubicado en Paso Tempisque.	Estudio de mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta</li> <li>• Demanda</li> <li>• Ventas</li> <li>• Canales de distribución</li> <li>• <i>Marketing Mix.</i></li> <li>• Estacionalidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación</li> <li>• Entrevista. (Con ayuda del <i>software</i> Atlas.ti)</li> <li>• Cuestionarios. (Con apoyo de Microsoft Excel, para la creación de gráficos)</li> <li>• Revisión bibliográfica.</li> </ul>	<p>Fuentes primarias: observación en establecimientos de Paso Tempisque y alrededores. Entrevista al propietario y la aplicación de cuestionarios a la población seleccionada.</p> <p>Fuentes secundarias: páginas web, artículos y revistas.</p>

Elaboración propia basada en los objetivos de la investigación, 2024.

**Tabla 8**

*Análisis e interpretación de la información del objetivo específico 2.*

**Objetivo general:** Determinar el plan de inversión que permita la expansión y comercialización de una sala de fuerza, en el gimnasio Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque para el año 2025.

Objetivo específico	Variable	Indicadores	Instrumento	Fuente
Identificar los activos requeridos para la expansión y comercialización de una sala de fuerza en Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque.	Activos requeridos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo actual.</li> <li>Listado de equipo necesario.</li> <li>Guía de observación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entrevista. (Con ayuda del <i>software</i> Atlas.ti)</li> <li>Cotizaciones.</li> <li>Revisión bibliográfica.</li> </ul>	<p>Fuentes primarias: entrevista al propietario del establecimiento.</p> <p>Fuentes secundarias: páginas web, artículos y revistas.</p>

Elaboración propia basada en los objetivos de la investigación, 2024.

**Tabla 9**

*Análisis e interpretación de la información del objetivo específico 3.*

**Objetivo general:** Determinar el plan de inversión que permita la expansión y comercialización de una sala de fuerza, en el gimnasio Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque para el año 2025.

Objetivo específico	Variable	Indicadores	Instrumento	Fuente
Proponer un plan de comercialización que incremente la venta para la sala de fuerza en Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque.	Plan de comercialización.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Indicadores clave de desempeño (KPI)</li> <li>Mercado</li> <li>Planeación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revisión bibliográfica.</li> <li>Entrevista. (Con ayuda del <i>software</i> Atlas.ti)</li> <li>Instrumento aplicado.</li> </ul>	<p>Fuentes primarias: Entrevista al propietario del establecimiento.</p> <p>Fuentes secundarias: Páginas web, artículos y revistas</p>

Elaboración propia basada en los objetivos de la investigación, 2024.

**Tabla 10***Análisis e interpretación de la información del objetivo específico 4*

**Objetivo general:** Determinar el plan de inversión que permita la expansión y comercialización de una sala de fuerza, en el gimnasio Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque para el año 2025.

<b>Objetivo Específico</b>	<b>Variable</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Fuente</b>
Identificar las fuentes de financiamiento, y sus costos, que pueda aprovechar Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque.	Fuentes de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flujo de caja</li> <li>• Indicadores financieros</li> <li>• Estados financieros</li> <li>• Tipos de financiamiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flujo de caja proyectado.</li> <li>• Presupuesto.</li> <li>• Tipos de financiamiento.</li> </ul>	Fuente primaria: entrevista al propietario. Sistema Bancario Nacional. Fuentes secundarias: páginas web, artículos y revistas

Elaboración propia basada en los objetivos de la investigación, 2024.

## CAPÍTULO 2

### Marco de referencia

#### 2.1. Generalidades de la empresa

El gimnasio Congos Functional Training se creó el 18 de marzo del 2018 en Paso Tempisque, Carrillo, Guanacaste; con el propósito de ofrecer un servicio que ayude a mejorar la salud y apariencia física de la sociedad. El principal interés de su fundador, Sr. Carlos Arturo López Hernández, es apoyar el desarrollo de aspectos determinados, como la movilidad y la estabilidad del cuerpo, en cada persona que decida asistir al gimnasio.

Congos Functional Training inició impartiendo clases en las instalaciones de una cochera de una casa, con un máximo de diez personas por grupo de horario. En relación con los cambios que se han dado en el gimnasio, actualmente ya cuenta con un lugar más amplio, abierto y adecuado, en comparación con aquel, donde se encontraba al principio. Actualmente, este gimnasio cuenta con aproximadamente 110 personas matriculadas, correspondientes a un rango de edad entre 25 y 41 años. Sin embargo, es apto para la asistencia de personas de los 15 años en adelante, que cuenten con la capacidad física, mental y económica para acceder a los servicios ofrecidos.

No obstante lo anterior, dependiendo de que la temporada sea alta o baja, puede incrementar o decrecer la cantidad de personas, pero se mantiene la cantidad antes indicada que frecuentemente asiste al gimnasio.

Por otra parte, el emprendimiento cuenta con la siguiente misión, visión y valores:

##### **2.1.1. Misión**

La misión de Congos Functional Training es lograr desarrollar las capacidades físicas de nuestros atletas, impulsando mediante el uso de un sistema seguro, progresivo, pero a la vez divertido que rete su fortaleza corporal y mental. Pioneros en el entrenamiento funcional en Carrillo, es una empresa que muestra una opción accesible de calidad para el mercado *fitness*.

### **2.1.2. Visión**

La visión de Congos Functional Training es crear un espacio de entrenamiento para la mejora física y emocional sin importar edad, sexo, preferencias, deporte o necesidades específicas. Nos consolidaremos como el mejor centro de entrenamiento funcional en la zona del cantón de Carrillo, creando conciencia deportiva en nuestros usuarios, haciendo énfasis en mejorar la calidad de vida a partir del desarrollo de rutinas especializadas para mejorar las capacidades físicas, sin importar que se trate de una ama de casa, un jugador de fútbol o una persona de la tercera edad.

### **2.1.3. Valores**

Los valores que caracterizan al emprendimiento Congos Functional Training son:

**2.1.3.1. Motivación.** Crear un ambiente inspirador donde se fomenta la superación personal, se celebren los logros, búsqueda de nuevas metas personales y grupales.

**2.1.3.2. Integridad.** Promueve la práctica segura y efectiva de los ejercicios, enfatizando la técnica adecuada, siempre cuidando la integridad física de los clientes y equipo de trabajo.

**2.1.3.3. Profesionalidad.** Cuenta con entrenadores calificados, capacitados y en constante aprendizaje, brindándoles a los clientes las mejores inducciones, así como la mejor guía en sus ejercicios.

**2.1.3.4. Inclusión.** No importa la edad o condición física, se tiene todas las cualidades para que los clientes que asistan alcancen el máximo potencial físico y mejoras en la salud física y mental.

**2.1.3.5. Alegría.** Todas las metas que se propongan se pueden cumplir, pero, es mucho mejor cuando se hace con alegría y entusiasmo.

Por otra parte, es importante mencionar que el emprendimiento no cuenta con un organigrama que defina los niveles de jerarquías, líneas de mando y comunicación entre los diferentes puestos de trabajo.

En Congos Funcional Training, existen dos puestos, Carlos López, propietario y administrador del gimnasio, dedicado a gestionar los trámites legales y económicos es el *head coach*, el entrenador en jefe, quien establece las directrices de programación de entrenamiento, crea rutinas y proporciona una orientación detallada durante el proceso. Seguidamente, Ruth Marín, la gerente del negocio, es la encargada de recepción y apoyo administrativo del gimnasio, quien gestiona las inscripciones de los clientes, supervisa las operaciones diarias del gimnasio, realiza estrategias de *marketing* en redes sociales y es entrenadora. Ambos se encargan de realizar eventos especiales y mantener en excelente estado las instalaciones. Adicionalmente, se contrata a un contador externo para cumplir con las obligaciones tributarias, ante el Ministerio de Hacienda.

Entre sus servicios existen tres metodologías de entrenamiento, como principal se encuentra el funcional, clases de yoga y el de acondicionamiento físico.

En cuanto a la atención a los clientes, se hace mediante la programación de clases en diferentes horarios de las cinco de la mañana hasta las siete de la noche. Cada clase tiene una duración de una hora y se trabaja con un grupo de diez personas. Para adquirir los servicios, se requiere pagar una matrícula inicial por un monto de 20 mil colones y una cuota mensual de 32 mil colones.

Congos Funcional Training fomenta la importancia de ejercitarse, porque no solo beneficia el físico, sino la salud emocional y mejora la calidad de vida. Por esta ideología, el emprendimiento realiza competencias físicas contra otros gimnasios, actividades que son a la vez, un gran impulso para ser más reconocido en el mercado.

## **2.2. Aspectos que afectan a la empresa en forma directa y/o indirectamente**

En este segmento, se presenta un análisis PESTEL, para evaluar factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales, en los que se encuentra inmerso el emprendimiento Congos Funcional Training, en su desempeño empresarial.

### **2.2.1. Aspectos políticos**

El aparato estatal costarricense está conformado principalmente por tres poderes, que corresponden al Ejecutivo, Legislativo y Judicial, al igual que instituciones autónomas y semiautónomas, empresas públicas estatales, entes públicos no estatales y las municipalidades como gobiernos locales. Todo ello, creado mediante leyes, que les permiten ejercer funciones que contribuyan al crecimiento y desarrollo del país, en diferentes ámbitos.

Algunos de estos órganos y entes públicos tienen la responsabilidad de regular el sector empresarial, entre los cuales están: el Ministerio de Hacienda que es el responsable de la recaudación de impuestos, el Ministerio de Salud vela por la correcta práctica de las regulaciones sanitarias en las empresas del país, el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social se cerciora del cumplimiento de la política laboral en los centros de trabajo, la Caja Costarricense de Seguro Social supervisa que los patronos mantengan asegurados a sus colaboradores y el Instituto Nacional de Seguros es el encargado de proporcionar la póliza de riesgo de trabajo a los empleadores, para destinarla a su personal.

Las municipalidades, en su calidad de gobiernos locales, tienen el compromiso de reglamentar la operación de las empresas que se encuentren en sus respectivos cantones, por medio de patentes comerciales y especializadas, según la actividad económica, así como la imposición y cobro de cargas tributarias.

Por otra parte, existen entes del sector público que apoyan a las mipymes, con base en asistencias financieras, asesorías, acompañamientos, capacitaciones y ferias de emprendimiento, como el Instituto Nacional de Aprendizaje, Instituto Mixto de Ayuda Social a través del FIDEIMAS, el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, además de la Promotora de Comercio Exterior, entre otros.

Para este caso, los factores políticos son aquellos que dan a conocer la manera como las acciones realizadas o decisiones tomadas por el Gobierno, pueden influir o repercutir en las

operaciones y/o rentabilidad de las empresas, como Congos Functional Training. Algunos de estos términos políticos son los siguientes:

**2.2.1.1. Políticas fiscales.** El tres de diciembre del 2018, el Gobierno elaboró un nuevo plan fiscal, la Ley 9635 denominada Ley de Fortalecimiento de las Finanzas Públicas. Dicha norma jurídica entró en vigencia a partir del año 2020 con el objetivo de afrontar la situación que se atravesaba y se atraviesa aún en el país, la cual no se ha podido resolver con el paso de los gobiernos en años anteriores. Tal como indican Fernández y Cardoza (2020) este plan prevé “consolidar las finanzas públicas, asegurando la sostenibilidad de la deuda pública, manteniendo como prioridad el fomento de la inversión y el crecimiento de la producción nacional” (p.21).

De acuerdo con el párrafo anterior, se puede mencionar que para Congos Functional Training este es uno de los aspectos más importantes que pueden repercutir en su rentabilidad, dado que si las políticas gubernamentales no resultan de manera esperada o efectiva, eso podría limitar el acceso a la asistencia financiera que soliciten los diferentes negocios en el país, como es el caso de este emprendimiento.

**2.2.1.2. Políticas públicas de apoyo a las mipymes.** Estas políticas funcionan como una red de apoyo, por medio de la articulación de diferentes instituciones y entidades, tanto públicas como privadas, las cuales tienen en común que buscan satisfacer las necesidades de las micro, pequeñas y medianas empresas del país, desarrollando diferentes actividades en sectores específicos del territorio nacional. De acuerdo con el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC, 2023) explica “para desarrollar estas políticas de apoyo es fundamental contar con programas o proyectos de atención a las necesidades de las empresas” (párr.3).

Con base en lo anterior, es importante destacar, que estas políticas públicas se han impulsado con mayor fuerza en los últimos años y han sido de apoyo a las mipymes. Según el MEIC (2023) los gobiernos definen estos programas para colaborar y solucionar los problemas del sector mipyme, abarcando aspectos como los siguientes: buscan subsanar fallas del

mercado, se basan en el principio de subsidiariedad, están orientados a la demanda, expansión, entre otros; buscan la participación del sector privado a través de la financiación, ejecución, entre otros; se fundamentan en políticas uniformes y cuando son de fomentos cubren diferentes necesidades.

Por lo tanto, las políticas públicas de apoyo a las mipymes, son herramientas creadas por el gobierno nacional para la cooperación empresarial y una colaboración interinstitucional, con el propósito de mejorar el desempeño productivo de una región y el ambiente competitivo de las empresas, lo que genera un entorno empresarial más pujante, innovador y dinámico.

**2.2.1.3. Estrategias regionales de apoyo a las mipymes.** Diferentes órganos y entidades como el ICODER, PROCOMER, MEIC, entre otros, han desarrollado una serie de actividades para el apoyo a las mipymes de Guanacaste, que fomenten su crecimiento y desarrollo, como lo son las capacitaciones, financiamientos, asesorías, internalización, articulación productiva, seminarios, talleres y convivios, los cuales tienen la finalidad de generar un acompañamiento y preparación para los emprendimientos locales.

El MEIC (2024) señala algunas de estas medidas:

- Las Expo PyME son el punto de encuentro más importante para los pequeños y medianos empresarios y los emprendedores que deseen aumentar su círculo de relaciones de negocio, la entrada al evento y sus actividades son gratuitas solo se requiere la inscripción de los emprendimientos. En ellas se pueden encontrar diferentes aspectos como la asesoría técnica individual: ofrecida de manera confidencial, gratuita y a largo plazo; capacitación grupal: enfocada en temas de competitividad para la pequeña empresa; investigación aplicada de negocio y mercado: adaptada a los requisitos del cliente y el diseño e implementación de políticas públicas: favorables al desarrollo económico del sector mipymes.
- Los Tour PyMEs y los Congresos Regionales Empresariales que buscan impactar de manera positiva en los diferentes emprendimientos del país, como

los realizados en la zona de Santa Cruz en Julio de 2022 y en septiembre de 2024 en la zona de Tilarán.

- El informe del estado de la nación del año 2023 demuestra la situación que se atraviesa en el sector empresarial por zonas, evidenciando el impacto que tienen las microempresas dedicadas al comercio local, así como su subsistencia y cuánto porcentaje de empleo y ventas generan estas.

Por otra parte, el IMAS contribuye con el desarrollo y posicionamiento de microempresas del país, a través del fidecomiso FIDEIMAS, creado por la Ley 8184 para proporcionar créditos, capacitación, asistencia técnica y apoyo en la comercialización, en procura de beneficiar a mujeres y familias en condición de pobreza, con el fin de mejorar su calidad de vida.

Con base en lo anterior, se aprecia la manera en que se han llevado a cabo diferentes tipos de estrategias, que se orientan a brindar un acompañamiento para los emprendedores, buscando el crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas en el país, sumado a la cooperación empresarial, para el fortalecimiento de la economía tanto local como nacional.

**2.2.1.5. Deuda externa.** Según el MH (2024) “la razón deuda a PIB alcanzó 58,7 % del PIB. Del total, 73,4 % corresponde a deuda interna y 26,6 % a deuda externa” (p.1). La asistencia financiera contraída por el gobierno con países externos (deuda pública) está cada vez más marcada, dado que para finales de 2023 fueron cuatro los contratos firmados para préstamos; de estos, dos pertenecían a asistencia financiera del Fondo Monetario Internacional (FMI).

Con base en esto se destaca, que si bien es cierta la existencia de instituciones beneficiadas con estos préstamos, como la Banca para el desarrollo, para brindar ayuda y acompañamiento a las mipymes, en lo que podría resultar beneficiado Congos Functional Training, la adquisición de estos créditos no significa que se asignará para ayuda a los negocios del país, o para que se hagan inversiones en este sector empresarial, sino que se

utiliza para solventar otras deudas que se tienen estancadas, es decir, se contrae una deuda para pagar otra. Por lo tanto, los emprendimientos que requieran financiamiento, como sucede con este negocio en estudio, podrían terminar siendo afectados, al no acceder a recursos financieros por parte del SBD, por la falta de fondos en dicho sistema, a causa de la deuda externa.

### **2.2.2. Aspectos económicos**

Los factores económicos son los que demuestran, la situación financiera actual que está atravesando el país, a lo que está expuesto el sector empresarial y se pueden ver afectadas con estos diversos aspectos; sin embargo, al ser conscientes de estos, se puede obtener información necesaria para pronosticar escenarios y movimientos de los mercados. Algunos de estos factores son los siguientes:

**2.2.2.1. Tasas de interés.** Las tasas de interés son factores que influyen directamente en la estabilidad de los negocios en el ámbito nacional y sobre todo en la economía del país, puesto que es un indicador de la solvencia con la que se cuenta, respecto a diversos temas como lo son los créditos, lo cual depende de la posición en que se está, para que sean de beneficio o perjudiciales. El Banco Central de Costa Rica (BCCR, 2024) afirma que “se acordó de manera unánime mantener la Tasa de Política Monetaria (TPM) en 4,75 % anual” (p.1). No obstante, es fundamental destacar, que esta tasa representa la que el Banco Central de Costa Rica le presta a los bancos comerciales, a partir de ella, estos bancos establecen nuevas tasas de interés, que rigen para el acceso a los créditos dirigidos hacia personas físicas y jurídicas, por ende, cuanto más alta sea la Tasa de Política Monetaria para los bancos comerciales, más alta será la que se defina para los créditos que ellos otorguen y viceversa.

Lo anterior demuestra, que al comparar el primer trimestre del presente año, este cambio representa una reducción porque se encontraba en 5,25 % para los primeros meses del año. Esto significa un aspecto positivo para Congos Functional Training, ya que en el caso de

que este negocio requiera de asistencia financiera, las tasas de interés estarían a la baja, lo que sería positivo para este negocio, al no tener que pagar altos intereses.

**2.2.2.2. Tasas o tipo de cambio.** El tipo de cambio, de acuerdo con la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP, 2020) se define como “el precio relativo de una divisa con respecto de otra” (p.1). Tomando esto en cuenta, se puede mencionar que este factor representa una gran importancia para la economía, por lo cual es imprescindible para determinar la oferta y demanda de un país. Sin embargo, si se compara el tipo de cambio costarricense del segundo semestre del 2024, con respecto al primero, se evidencia que ha venido a la baja (BCCR, 2024).

Dependiendo de la situación en la que se encuentre el país, las economías pueden verse seriamente afectadas, por eso en el caso de Costa Rica, el Banco Central interviene en el mercado, para suministrar dinero con el fin de apoyar la economía y en Congos Functional Training esto puede ser de gran ayuda. No obstante, si la moneda nacional se devalúa, la extranjera se vuelve más cara, por lo tanto, esto sería un aspecto negativo para el gimnasio, si llegara a acceder a un préstamo en dólares, pero ya que su servicio se cobra en colones, es recomendable que el emprendimiento acceda a un crédito en la misma moneda nacional, para evitar sufrir la afectación de las variaciones del tipo de cambio, de manera que el establecimiento no experimente pérdidas económicas, a causa del pago de sus cuotas mensuales en dólares y no se exponga al diferencial cambiario.

**2.2.2.3. Inflación.** La inflación está muy relacionada con el aumento de los precios de los productos y servicios, por lo que es un indicador indispensable para conocer la situación económica del país, con respecto a los bienes y servicios. Según Forbes Staff (2024) “durante el mes de abril de 2024 la inflación en Costa Rica fue de 0,33 % y según las proyecciones de la entidad, la inflación cerraría el 2024 por debajo del 2 %” (párr.9).

Es así, que la inflación es un factor crucial para la subsistencia de los negocios en el país y en Congos Functional Training, representaría un aspecto negativo en caso de que fuera

en aumento, dado que se pretende adquirir diferentes insumos y equipos de musculación, que podrían ser más costosos con el aumento de la inflación, por lo que constituye un aspecto comprometedor, para la inversión que se quiere realizar y se podría limitar la adquisición del equipo requerido.

**2.2.2.4. Aumento en las tasas de impuestos.** Bajo las condiciones macroeconómicas actuales y proyectadas por el Banco Central de Costa Rica, a partir de lo que se puede apreciar, en la situación detallada que atraviesa el país se esperaría una tasa de crecimiento promedio anual de los ingresos tributarios de 7,2 % entre los años 2023 y 2028. Esto lo señala el MH (2024) “la carga tributaria pasaría de 14,3 % a 14,4 % del PIB en el mismo periodo, impulsado principalmente por el impuesto a los ingresos y utilidades, y el impuesto al valor agregado” (p.6). De tal manera, el incremento de las tasas de impuestos perjudicaría este emprendimiento, pues es una microempresa que debe pagarlos, por desarrollar una actividad lucrativa.

Con todo lo anterior, son varias las políticas y leyes dirigidas a empresas nacionales, en las que este emprendimiento se incluye, por ende, afectado eventualmente con sus decisiones o acciones.

### **2.2.3. Aspectos sociales**

El análisis de estos aspectos se refiere, a la forma como se organiza la sociedad y su distribución en términos de educación, normas, roles y relaciones, por lo que para Congos Functional Training es fundamental considerar esos términos, los cuales son:

**2.2.3.1. El tamaño de la población, la estructura de la edad y su distribución geográfica.** Conforme a la siguiente tabla, según el INEC (2022), ilustra que en el Censo 2011, en los distritos de Palmira y Filadelfia que pertenecen al cantón de Carrillo, Guanacaste, cuentan con una población económicamente activa de 4 096 habitantes con los rangos de edades de 15 años y más, lo que para el emprendimiento Congos Functional Training es de

gran relevancia, conocer este dato de los habitantes, pues estos serían posibles clientes que podrían asistir al gimnasio, por lo que se convierten en parte del mercado.

**Tabla 11**

*Población de 15 años y más por condición de actividad de los distritos de Palmira y Filadelfia*

Provincia, cantón y distrito	Población de 15 años y más	Población en fuerza de trabajo					Población fuera de la fuerza de trabajo				
		Total	Ocupada	Total	Desempleada	Sin experiencia	Total	Pensionado (a) o jubilado (a)	Vive de rentas o alquileres	Estudiante	Que hacer del hogar
<b>Filadelfia</b>	5 963	2 485	2 297	188	155	33	3 478	16	899	1 415	642
<b>Palmira</b>	3 911	1 904	1 799	105	99	6	2 007	9	456	904	460

Tabla de población empleada y desempleada. Esta tabla incluye los datos de la población económicamente activa en los distritos de Palmira y Filadelfia del cantón de Carrillo, obtenidos del Censo 2011 del INEC, 2022.

**2.2.3.2. La distribución de las personas en relación con el empleo.** El emprendimiento Congos Functional Training, se encuentra dirigido a aquellas poblaciones cercanas del pueblo de Paso Tempisque, ubicado en el distrito de Palmira, cantón Carrillo en la provincia de Guanacaste.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC, 2022), se efectuó un análisis, con base en el Censo 2011, para conocer el nivel socioeconómico del cantón de Carrillo, debido a que esta es la población meta del emprendimiento Congos Functional Training en Paso Tempisque. Se obtuvieron los siguientes resultados:

- El 53,5 % de las personas que están fuera de la fuerza de trabajo con edades desde los 15 años y más.
- El 46,5 % de las personas ocupadas con edades desde los 15 años y más.
- El 70,3 % de la población ocupada en el sector terciario.
- El 16,0 % de la población ocupada en el sector secundario.
- El 13,03 % de la población ocupada en el sector primario.

Con base en los datos del INEC, se puede demostrar que el cantón de Carrillo dispone de estabilidad económica, pues la población puede sobrevivir y llevar una vida de calidad; por ende, para el emprendimiento Congos Functional Training es beneficioso, porque comprueba que la mayoría de las personas tienen el presupuesto suficiente para asistir y llevar clases en el gimnasio.

### 2.2.3.3. Nivel de educación.

#### Figura 4

*Nivel educativo de la población de Carrillo*

#### Nivel educativo de la población

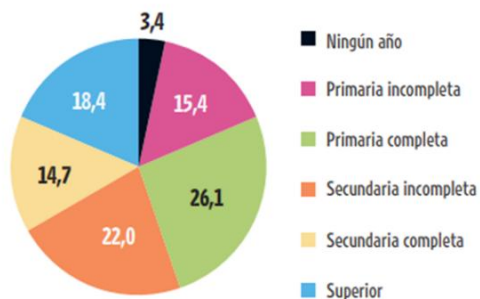


Figura sobre el nivel de educación. La figura muestra un gráfico del nivel educativo de la población de Carrillo tomada del INEC, 2022.

De acuerdo con el gráfico anterior, el INEC (2022) muestra que en el Censo 2011, el cantón de Carrillo con una población total de 37 122 habitantes presenta un buen nivel de educación, pues el 55,1 % de los ciudadanos ostenta buena preparación académica para obtener un buen puesto de trabajo, lo que le permite una buena calidad de vida.

Para el emprendimiento Congos Functional Training, es de gran conveniencia disponer de habitantes preparados, en vista de que si requieren contratar personal para el gimnasio, cuenta con personas bastantes calificadas para diversos puestos, y en el caso de los usuarios o clientes, se observa que tendrán buenos ingresos, por el buen nivel de educación que les permite conseguir un empleo adecuado y asistir al gimnasio, si ellos lo consideran necesario.

**2.2.3.4. Los estilos de vida.** En los últimos años, se ha observado una alta tendencia social hacia la utilización de los gimnasios, puesto que muchas personas los consideran centros de entrenamiento idóneos para ejercitarse y mantenerse sanos, en cuerpo y mente. Por consiguiente, a pesar de que la asistencia a un gimnasio no es una necesidad primaria, las personas le han concedido prioridad dentro de su escala mental, pues hoy en día se ha ligado la salud con el ejercicio, para obtener como resultado una mejor calidad de vida.

Por ende, estos estilos de vida *fitness* impactan positivamente, los negocios que se dedican a ofrecer este tipo de servicio, como es el caso de Congos Functional Training y su propuesta de una sala de fuerza, mediante la cual puede resultar beneficiado al generar, una mayor penetración de mercado, que le permita un mejor posicionamiento en la escala de gimnasios de la zona.

#### **2.2.4. Aspectos tecnológicos**

Congos Functional Training es un lugar, que se enfoca en el entrenamiento funcional, que ha decidido apoyarse en la tecnología al emplear máquinas de ejercicio y otros usos tecnológicos que impacten positivamente al gimnasio, como son los siguientes:

**2.2.4.1. Uso de máquinas de fuerza.** Congos Functional Training tiene como objetivo principal, dar apertura a una sala de fuerza que incluya máquinas modernas, pues estas son el resultado de los avances de la industria del *fitness*, porque permiten un entrenamiento más automático facilitando los movimientos.“ las máquinas para ejercitar fuerza, como otras, han sido dotadas de sistemas de seguridad que, en caso de fallo, protejan al individuo que se encuentre realizando el ejercicio” (Gomis, 2021, p.11), lo que permite minimizar el riesgo de lesiones.

Asimismo, que puedan trabajar grupos musculares de forma más detallada, para mejorar la resistencia y fuerza, por lo que es de gran importancia, su implementación en Congos Functional Training.

**2.2.4.2. Uso de redes sociales.** La utilización de redes sociales ha sido una herramienta fundamental, para mejorar la visibilidad de un negocio, porque se expone el contenido interno de un emprendimiento, con la finalidad de atraer a nuevos clientes y mantener informados a los actuales. Las plataformas más utilizadas son Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp y YouTube. En estas se pueden hacer publicaciones interactivas y atractivas, desde una cuenta personal, para compartir fotos o videos dinámicos sobre el gimnasio como promociones, clases, estilos de entrenamiento, testimonios, eventos especiales, entre otros, o bien se pueden realizar anuncios pagados, para llegar a una audiencia más amplia.

Es importante, que este emprendimiento tome en consideración las diversas plataformas, que existen para compartir contenido y que al utilizarlas será de gran ayuda para obtener nuevos clientes, puesto que actualmente Congos Functional Training utiliza la red social Instagram y en ella publican fotos de competencias y actividades especiales, anuncios importantes y realizan dinámicas con los clientes como rifas y promociones y mantienen una comunicación y atención personalizadas, vía WhatsApp con los clientes actuales.

**2.2.4.3. Uso de aplicaciones móviles fitness.** Actualmente, este emprendimiento posee una aplicación que tiene diferentes funcionalidades como el registro de datos de salud como peso y altura, si padece alguna enfermedad, entre otros. Incluso permite agendar horarios de entrenamiento, mostrar las rutinas y sugerencias de planes de alimentación y su evolución física, con el fin de mantener una buena gestión de relaciones con los usuarios.

Se sugiere incluir otras funciones de gran influencia en el mundo del *fitness*, como medir el ritmo cardiaco mediante bandas de frecuencia cardiaca que se conectan a los dispositivos tecnológicos y muestran los niveles de estrés, las calorías quemadas, el nivel de actividad física y frecuencia respiratoria, con el fin de estudiar la salud de los usuarios y evitar riesgos.

**2.2.4.5. Uso de la facturación electrónica.** Actualmente, esta se utiliza en los negocios del país gestionados por el Ministerio de Hacienda, lo que facilita los procesos de facturación, ayudando a controlar la actividad financiera de venta de bienes y servicios. Al utilizar este

sistema, se cumple con las regulaciones fiscales y se evita el uso de papel y almacenamiento de documentos. Por lo tanto, se recomienda la implementación de este sistema.

### **2.2.5. Aspectos ecológicos**

Este negocio, al poseer una temática *outdoor*, procura una experiencia al aire libre, lo que permite un mayor contacto con la naturaleza que rodea al gimnasio y al mismo tiempo, le ayuda a generar el menor impacto negativo al medio ambiente, lo que lo convierte en una empresa más ecoamigable.

Por otra parte, la mayoría de su equipo no requiere electricidad y el uso de bombillos se realiza solo durante la noche, lo que significa un aspecto económico favorable en relación con el consumo eléctrico. Asimismo con el recurso hídrico, que es usado para el aseo del lugar, hidratación y abastecimiento de sanitarios y de la ducha e igualmente en la limpieza de los equipos, se emplean toallas reutilizables con el propósito de reducir al máximo el uso de materiales contaminantes.

Siguiendo su temática *outdoor*, con la apertura de la sala de fuerza, no requeriría la tala de árboles y se prevé que las máquinas por incorporar funcionan sin electricidad, con excepción de la cinta de correr eléctrica, por lo que se deberá escoger la de menor consumo eléctrico. Otra opción son las cintas de correr curvadas que “tienen una ventaja ecológica: como no tienen motor, funcionan sin electricidad. Esto ahorra energía y protege el medio ambiente. Solo se requieren baterías para la pantalla pequeña” (Zubizarreta, 2022, párr.6), por lo que podría ser considerada entre las opciones de cotización, propuestas al emprendimiento.

De tal manera, Congos Functional Training es un gimnasio que se encuentra comprometido con el cuidado de la salud y también con la conservación del planeta.

### **2.2.6. Aspectos legales**

Congos Functional Training es un negocio perteneciente al sector privado, que brinda servicios de entrenamiento funcional y se responsabiliza en cuanto a cumplir con la regulación impuesta, por el gobierno local del cantón de Carrillo.

Actualmente, se están tramitando las gestiones para operar bajo la formalidad, para lo cual la administración está sujeta al pago de la patente comercial a la Municipalidad de Carrillo, al aseguramiento social para sus colaboradores ante la CCSS, al cumplimiento de los requisitos para tener al día el PSF ante el Ministerio de Salud, así como la presentación de una póliza de riesgos del trabajo vigente, por parte del INS.

En lo que respecta a temas tributarios, este emprendimiento se encuentra inscrito en el Régimen de Tributación Tradicional bajo la persona física de Carlos Arturo López Hernández, quien es el propietario del establecimiento y tiene que declarar los siguientes impuestos:

- Impuesto sobre el valor agregado (IVA): Se le atribuye la declaración mensual de este impuesto al prestar un servicio en el territorio nacional, según el Ministerio de Hacienda (MH, 2024) representa una carga impositiva del 13 %, cuyo proceso se realiza basado en el formulario D-104 y se cancela en los primeros 15 días del mes posterior.
- Impuesto sobre la renta: Aplicado a utilidades de las actividades lucrativas dentro del ejercicio fiscal, del 1 de enero al 31 de diciembre del año, este impone una tarifa específica conforme al tracto en que se ubique, que puede ser del 10 %, 15 %, 20 % o 25 %. Conforme al Ministerio de Hacienda (MH, 2023), en un plazo de dos meses y 15 días naturales siguientes al término del periodo fiscal, se debe presentar el formulario D-101-1 con su respectivo pago.
- Impuesto de bienes inmuebles: El dueño del negocio lo paga trimestralmente a la municipalidad por el terreno en donde se ubica el gimnasio. Cada 5 años debe realizar una declaración a través de un formulario.

En temas de salud, este emprendimiento cumple con las normas establecidas por el Ministerio de Salud, con el fin de brindar un servicio seguro y responsable. Por último, en material laboral, los salarios y las responsabilidades patronales se apegan a lo estipulado por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.

## CAPÍTULO 3

### Marco conceptual

#### 3.1. Estado del arte

En este apartado se muestra, una revisión bibliográfica de los trabajos finales de graduación, relacionados con el tema objeto de estudio, tomándolo como marco de referencia en la elaboración del presente plan de inversión. Dicha búsqueda se efectuó en los repositorios de universidades nacionales públicas y privadas, así como en Google académico para tener un mayor alcance de trabajos universitarios internacionales, cuya vigencia fuera de cinco años.

Primeramente, en la Universidad Nacional de Costa Rica (UNA) existe un trabajo con información real y precisa, elaborado en el 2023, que contribuye con el desarrollo del presente trabajo, ya que se trata de un estudio económico-financiero de la microempresa en estudio, de la que se extraen datos concisos. No obstante, la investigación encontrada es una base para continuar con el plan de inversión, dado que no está relacionado estrechamente con la temática del actual seminario, es decir, el presente trabajo es una continuación que se le está realizando a esta empresa, con datos de una investigación anterior, siendo un aspecto fundamental para este negocio, el hecho de que la Universidad Nacional de Costa Rica continúe brindando un acompañamiento guiado, para el logro de sus objetivos, tanto empresariales como personales.

Se revisó el repositorio institucional de la Universidad Estatal a Distancia (UNED) del periodo 2018 al 2022, sin embargo, no se encontraron investigaciones relacionadas.

Con base en la búsqueda realizada en la Universidad de Costa Rica (UCR), Universidad Católica de Costa Rica y Universidad San Marcos, se pudo determinar que no hay existencia de trabajos o investigaciones similares a las del caso en estudio, que puedan funcionar como un apoyo al trabajo en desarrollo.

Seguidamente, se presenta una tabla que contiene información relevante de trabajos, asociados con temáticas o variables tratadas en el presente seminario.

Tabla 12

*Trabajos relacionados con el presente seminario, provenientes de universidades nacionales e internacionales*

Autores	Universidad	Año de publicación	Empresa del estudio	Título del documento	Tipo de documento	Objetivo	Principales conclusiones
Emmanuel Alfaro Espinoza, Valeria Pizarro Dávila y Krissia Sánchez Soto	Universidad Nacional de Costa Rica	2023	Congos Functional Training	Estudio de viabilidad económico-financiero para la construcción de un gimnasio en Paso Tempisque de Carrillo en Guanacaste, para la microempresa Congos Functional Training	Trabajo de graduación para optar para el título de licenciatura en Administración con énfasis en gestión financiera.	Viabilidad económica-financiera para el establecimiento de un gimnasio	El establecimiento de un gimnasio funcional cuenta, con una aceptación alta por parte del público, apreciándose una alta demanda de clientes que sí asistirían. No se requiere de una gran inversión para poder establecer este negocio. Es un negocio viable y rentable.
Brandon Artavia Cordero	Universidad Latina de Costa Rica	2019	Gimnasio CAFI Atenas Gym	Desarrollo de un plan de mercadeo para el gimnasio CAFI Atenas Gym	Trabajo final de graduación para maestría	Un plan de mercadeo para el gimnasio CAFI Atenas Gym	Se creó un plan de mercado debido a la carencia de uno previo, en el cual se concluyó que el mercado meta oscila en un rango de edad de 26 a 35 años y en su mayoría son hombres. Prefieren el pago mensual en su suscripción al gimnasio y sugieren la incorporación de entrenamiento funcional. A pesar de ser el gimnasio líder en Atenas no aplica estrategias de <i>marketing</i> actuales, por lo que se recomienda el uso del <i>marketing</i> digital.
Jonathan Montaldi y Robie Geraldine	Universidad Nacional de San Martín en Argentina	2019	Centro Fitness	Proyecto de inversión: Centro Fitness	Trabajo final de práctica profesional para Licenciatura en Administración y Gestión Empresarial	Desarrollar un proyecto de inversión para la apertura de un gimnasio exclusivo para mujeres	Se realizó un análisis económico, se determinó la viabilidad del negocio, la inversión y diversos costos, permitiendo a los emprendedores un panorama más claro. Al ser un proyecto dirigido a solo mujeres según el análisis de encuestas realizadas se identificó que un gimnasio de exclusividad de género no es rentable a largo plazo, lo que se llega a la conclusión que no es viable llevar a cabo el proyecto.
Daniel Gramajo, Virginia Gramajo, Analía Ramírez, Reyna Santiago y Elizabeth del Valle	Universidad Nacional de Tucumán en Chile	2022	Centro Fitness San Miguel de Tucumán	Proyecto de inversión para un centro <i>fitness</i> en San Miguel de Tucumán	Trabajo de Seminario para Licenciatura en Administración de Empresas.	Analizar la posibilidad de la apertura de un centro <i>fitness</i> , mediante la utilización de herramientas de análisis para conocer el mercado y su factibilidad.	Tras la aplicación de diferentes herramientas para conocer el mercado y la viabilidad de la apertura del centro <i>fitness</i> se indica que se logró verificar la factibilidad técnica, económica y legal entre otros factores de estudio los cuales muestran que este proyecto es una gran oportunidad, por ende, se recomienda llevarlo a un ámbito real.

Autores	Universidad	Año de publicación	Empresa del estudio	Título del documento	Tipo de documento	Objetivo	Principales conclusiones
Saúl Pérez	Instituto Superior Tecnológico "Honorable Consejo Provincial de Pincha" en Ecuador	2019	Mía Isabela Gym Fitness	Plan de mejoramiento para el gimnasio Mía Isabella Gym Fitness ubicado en la Calle Alonso de Angulo del D.M.Q	Trabajo final de graduación para optar por el título de Tecnólogo en Asistente de Gerencia	Tiene la finalidad de realizar una planificación estratégica, para mejorar el área de procesos y producción.	Se comprueba la necesidad de los clientes por una ampliación del espacio físico, la diversificación del servicio e incremento de máquinas e implementos deportivos. El entorno no cuenta con una cultura organizacional adecuada, por lo que debe mejorar su misión y visión.
Sergio Ballón Salcedo, Andrea La Torre Luque y Jorge Luis Rodríguez Zavaleta	Universidad del Pacífico en Perú	2020	Living Fit Centro de entrenamiento	Plan de <i>marketing</i> para la implementación de un centro de entrenamiento y acondicionamiento físico para adultos.	Trabajo de investigación presentado para optar al Grado Académico de Magíster en Dirección de <i>Marketing</i> y Gestión Comercial	Es un proyecto creado con el propósito realizar un plan de <i>marketing</i> para un gimnasio que ofrezca una alternativa de entrenamiento físico a personas adultas de 40 a 65 años	Con base en las encuestas realizadas se determinó que el 53 % de las personas se encuentra dispuesto a asistir al centro Living Fit. Con respecto a la investigación de mercado, el 90 % de los encuestados valoraría la personalización del servicio de entrenamiento con rutinas elaboradas y supervisadas. Con el análisis de los indicadores financieros del proyecto, se determinó que la propuesta es atractiva y viable.

Tabla del Estado del arte. Esta información fue extraída de documentos del repositorio de la Universidad Nacional, Universidad Latina y Google académico. Dichas investigaciones tienen una similitud con el presente trabajo final de graduación.

### 3.2. Marco conceptual relacionado con el objetivo 1

En este apartado se definieron, los principales términos para tener una mejor comprensión del objetivo 1, pues a través de estos se logró, tomar decisiones más informadas sobre procedimientos de las organizaciones, al igual que se contribuyó a satisfacer las necesidades del consumidor. Son los siguientes:

### **3.2.1. Estudio de mercado**

Es de suma importancia tomar en cuenta, el estudio de mercado en las empresas, debido a que los consumidores actualmente tienen acceso a una gran cantidad de información sobre los productos y servicios, por ello, es una de las soluciones esenciales que permite reforzar y ajustar las decisiones comerciales, para minimizar los riesgos y aprovechar al máximo, el tiempo y dinero invertidos en estas.

Para saber y tener más claro este término, se define como “el análisis de los mercados, entendidos como el conjunto de demandantes y oferentes cuya interacción determina el precio de un bien o servicio” (Ochoa, 2020, p.15). Por esta razón, cumple un papel determinante para tomar decisiones, relacionadas con aspectos de comercialización dentro de cualquier empresa, para que sin duda, el producto o servicio tenga el éxito deseado.

Por lo tanto, se realizó un estudio de mercado al emprendimiento Congos Functional Training, para averiguar cuáles son los gustos, intereses y preferencias, que los clientes reales y potenciales tendrán sobre la sala de fuerza y así, estar en capacidad de satisfacer sus necesidades, de acuerdo con lo que ellos requieran. Lo anterior permitió determinar la oferta y demanda disponibles, al ofrecer este nuevo servicio. Asimismo, fue posible establecer los canales de distribución, que permitirán llegar hasta el mercado meta y se pudo identificar, además de analizar la competencia, para lograr contrarrestar sus estrategias comerciales, de manera que se pueda posicionar la sala de fuerza, con la menor cantidad barreras que dificulten su ingreso en el mercado.

### **3.2.2. Oferta**

El conocimiento de la oferta es de gran ayuda, su propósito es informar a los consumidores acerca de los bienes y servicios producidos por las empresas. Por ende, a medida que se dé un aumento en la compra de un bien o servicio, las empresas tendrán la ventaja de incrementar su producción y venta.

Para definir mejor lo anterior, cabe considerar la siguiente definición: la oferta es la “capacidad que tienen las empresas de brindar en el mercado bienes y servicios” (Cortés, 2023, p.31). Por consiguiente, la intención de las compañías radica en proporcionar propuestas interesantes, para llamar la atención del consumidor e incentivar su compra.

Para Congos Functional Training, es beneficioso que su oferta sea del agrado de los clientes, por ello, para promover su deseo de ir a este gimnasio, están creando adicionalmente una sala de fuerza, en este caso, para sus clientes actuales representa un valor agregado y para los clientes potenciales significaría ofrecerles un gimnasio más completo para su entrenamiento.

### **3.2.3. Demanda**

La demanda es un factor muy decisivo para las organizaciones, porque esta determina las ventas potenciales y los ingresos que se obtendrían por los servicios o productos ofrecidos, lo que a su vez ayudará a establecer estrategias de mercadeo, identificando las oportunidades y adaptándose para satisfacer las necesidades y preferencias de los consumidores.

Por esto, es de suma importancia que las empresas identifiquen la demanda, ya que corresponde a la “capacidad que tienen las personas de adquirir bienes y servicios” (Cortés, 2023, p.21), lo que les ayudará a fijar los precios de sus productos o servicios, con la intención de identificar los posibles clientes.

Por consiguiente, para Congos Functional Training es fundamental determinar la demanda, porque es lo que define la capacidad económica que posibilita a los clientes a adquirir los servicios que ofrece este emprendimiento, sea el uso del gimnasio como tal o de la sala de fuerza que se va a crear.

### **3.2.4. Ventas**

En cuanto a las ventas, consisten en un significativo generador de ingresos para cualquier organización, lo cual es fundamental porque no solo abarca el acto de vender, sino

que establece una lealtad y buena relación con el consumidor, así como con los socios de la organización.

Por lo que es primordial tomar en consideración este concepto, cuando se hace referencia a la venta, dado que “comprende todas las actividades necesarias para proveer a un cliente o empresa de un producto o servicio a cambio de dinero” (Ríos, 2023, párr.1), esto con el propósito de incrementar sus ingresos.

Para Congos Functional Training, las ventas son clave porque respalda la viabilidad y sostenibilidad del gimnasio, es decir, evalúa la forma como está el crecimiento de este y en dónde se debe centrar el enfoque, para que el emprendimiento alcance la rentabilidad deseada.

### **3.2.5. Canales de distribución**

Esta variable es importante, debido a que a través de ella se puede llegar a conseguir un mayor número de consumidores, en vista de que se distribuirá a terceros, beneficiando así a las organizaciones y en consecuencia, que las ventas alcancen un mayor crecimiento en el mercado. Para comprender mejor este término, el canal de distribución se define como “la cadena de pasos necesarios para que un producto o servicio alcance a su consumidor final” (Muñoz, 2023, párr.28).

Al contar con canales de distribución variados y convenientes, Congos Functional Training tiene la posibilidad de ampliar sus ventas, ya que al disponer de diversos puntos de comercialización, llegará a más consumidores y accederá a buenas oportunidades para ser más reconocido, de modo que más personas quieran adquirir los servicios que ofrece el gimnasio, incluyendo la sala de fuerza.

### **3.3. Marco conceptual relacionado con el objetivo 2**

Actualmente, es de gran importancia que en todos los negocios se tome en cuenta, el valor de todo lo que les pertenece, para de esta manera, estén en capacidad de tomar buenas decisiones, que contribuyan a su buen funcionamiento. Partiendo de ello, en Congos Functional

Training, con plena conciencia en este sentido, se les da seguimiento a los siguientes aspectos:

### **3.3.1. Activos**

En todas las empresas, sin importar su tamaño, existen diversos bienes, documentos y conocimientos que poseen un valor fundamental, por su utilidad en lo que respecta a la producción y venta de un servicio o producto. Para facilitar la comprensión del término, Dobaño (2023) define los activos como “el conjunto de bienes, derechos y otros recursos controlados económicamente por la empresa” (párr.3).

Con base en dicha definición, se deduce que los activos representan parte fundamental para la supervivencia y estabilidad de las empresas, dado que al ser el punto más importante del negocio, su funcionalidad está ligada y comprometida con la economía de la empresa.

Para Congos Functional Training esto es vital para su supervivencia, porque son sus activos los que le permiten funcionar de manera fluida el negocio, mezclando diferentes tipos de activos, que garantizan una funcionalidad acertada para con los clientes y del negocio como tal.

### **3.3.2. Equipo**

Sin dejar de lado los activos, el equipo tiene un valor fundamental que radica en el funcionamiento, tanto para la producción como brindar un determinado servicio, dependiendo de la naturaleza del negocio. Tal como indica Quero-Ruiz (2024) “son activos esenciales para las empresas que se dedican a la producción y suministro de bienes y servicios. Estos activos se esperan utilizar durante más de un período económico y pueden ser arrendados a terceros para generar ingresos adicionales” (párr.10).

Con esta información, se demuestra que el equipo funciona como una herramienta de primera mano, para hacer que el negocio pueda funcionar correctamente, es decir, gracias a este los clientes pueden satisfacer sus necesidades, especialmente si tienen contacto manual y directo con ellos.

En Congos Functional Training, el equipo de la sala de fuerza está enfocado en satisfacer las necesidades de los clientes reales, dado que se espera adquirirlos y ponerlos a disposición de los interesados en utilizarlos, en virtud de que son fundamentales para contribuir, en el logro de los objetivos propuestos, por cada persona que asiste al gimnasio.

### **3.3.3. Insumos**

Siempre que se va a colocar un nuevo producto o servicio para el público, es de gran utilidad visualizar y ser consciente, de lo que se necesita para cumplir con el objetivo propuesto de manera correcta. Para ello es necesario tomar en cuenta los insumos, ya que son la clave, siempre que se va a crear o elaborar un determinado producto o servicio, para que el resultado final pueda ser el mejor. Según Pedrosa (2024) los insumos “son bienes que se destinan a crear otros bienes y se deben emplear junto con otros para constituir el producto final. No se consumen directamente” (párr.3).

Conforme con este autor, los insumos funcionan como elementos fundamentales para finalizar un determinado producto o servicio, posteriormente se procede a colocarlo ante los clientes o usuarios de manera concluida, lo que genera la existencia de una dependencia marcada, entre los insumos y los productos terminados.

En el gimnasio se espera la apertura, de una sala de fuerza, la cual es necesaria para cumplir con la demanda de los clientes, ante la necesidad de un lugar que se especialice en ejercicios de musculación; para lograrlo se requiere, adquirir los insumos que ayudarán con la construcción de este espacio, para la incorporación de las máquinas y posteriormente abrir al público, con esto queda demostrada la importancia de los insumos en la finalización de esta sala, al ser un servicio especializado dirigido a los consumidores.

### **3.3.4. Localización**

Es necesario conocer el espacio, donde se va a construir o adecuar un lugar determinado para fines específicos, porque de esta forma se cuenta con las bases bien definidas, para comenzar con un proyecto o algún objetivo en particular. Al tener el

conocimiento de la localización, se facilita el proceso de construcción y por ende, las operaciones de la empresa.

Carro y Paz (2019) definen la localización, como “el proceso de elegir un lugar geográfico para realizar las operaciones de la empresa” (p.1). Según esta información, se recalca cómo la localización es vital, para que la compañía pueda comenzar sus operaciones, dado que con esto se puede comprobar de manera correcta, si el sitio es adecuado y sobre todo, que sea de conveniencia para beneficio de la organización.

En la microempresa, la localización es vital para ejecutar su servicio, puesto que es clave para mantener su temática y sobre todo, para construir la sala de fuerza que ofrezca las condiciones idóneas, para el equipamiento que se requiere con las máquinas de ejercicio.

### **3.4. Marco conceptual relacionado con el objetivo 3**

Resulta fundamental comprender, los principales términos asociados al objetivo 3 del presente trabajo final de graduación, pues estos permitieron disponer de un panorama más claro, acerca de la manera como Congos Functional Training introducirá la sala de fuerza, en calidad de un nuevo servicio, para propiciar una mayor fidelización de los clientes reales, así como un medio que permita la captación de clientes potenciales, interesados en este tipo de zona de entrenamiento. Por tal motivo, a continuación se muestran las definiciones:

#### **3.4.1. Plan de comercialización**

Para la nueva oferta de un producto o servicio, las empresas deben establecer un plan comercial claro, eficiente y atractivo, que facilite su promoción y venta, de manera que se pueda convencer a los clientes, de que la propuesta planteada por parte del negocio es una necesidad que deben satisfacer, de manera que los impulse a su compra. Por ende, fue necesario crear un plan de comercialización, pues este consiste en “un documento que detalla las estrategias, tácticas y acciones que una empresa o negocio implementará para promocionar y vender sus productos o servicios”(Ortega, 2023, párr.3).

De tal manera, mediante un plan de comercialización se pretende, que Congos Functional Training esté preparado para la introducción exitosa de su sala de fuerza, con el propósito de que logre aumentar sus ingresos con base en la mejora de su competitividad, por lo cual, con esta herramienta se pudo analizar y comprender bien, el entorno en el que se encuentra inmerso, el cual incluye dos agentes fundamentales, como lo son su mercado meta y sus principales competidores. Esto permitió definir las estrategias más efectivas, capaces de transmitir los beneficios y distinciones que se ofrecerán con esta sala de entrenamiento, al igual que se concretó la forma de promoción, logística y distribución más conveniente y oportuna, asegurando el mayor alcance del servicio a los clientes.

Por consiguiente, con la ejecución de este objetivo, el emprendimiento cuenta con información valiosa sobre las necesidades y gustos de sus clientes meta, al igual que el accionar de sus competidores, cuando ofrecen este mismo servicio, por lo cual se propuso un plan de comercialización que permitirá usar dichos datos a su favor, para garantizar el éxito del posicionamiento de la sala de fuerza.

### **3.4.2. Indicadores clave de desempeño (KPI)**

Cuando se implementa un proyecto en una organización, se debe medir el rendimiento del negocio y el logro de sus objetivos estratégicos, esto permitirá determinar, si su ejecución ha sido exitosa o si bien, se requiere tomar medidas de corrección o prevención, que permitan retornar hacia lo previamente establecido.

Antes estas necesidades de evaluación, los indicadores clave de desempeño juegan un papel indispensable porque “son métricas de procesos, operación, financieras y no financieras utilizadas por las empresas para monitorear y evaluar su desempeño” (Guerra, 2022, p.14).

En Congos Functional Training, como se ha reiterado, se desarrolló un plan de inversión para la expansión y comercialización de una sala de fuerza, por lo que fue esencial el diseño de indicadores claves de desempeño, enfocados en el área estratégica, que permitan evaluar la

efectividad del plan de comercialización en el logro de un buen posicionamiento y penetración de mercado.

Por esta razón, se buscó que los KPI definidos tengan un carácter numérico, lo más preciso y descriptivo posible, para que puedan reflejar el estado real del desempeño de la empresa, con la incorporación de esta zona de entrenamiento, de manera que todo el personal pueda comprender dichos resultados para su debido monitoreo y control y además, permita que al encargado del establecimiento se le facilite tomar decisiones correctas, en el mediano y largo plazo, para potenciar la propuesta de valor, de la sala de fuerza en el mercado, o bien pueda corregir las desviaciones presentadas.

### **3.4.3. Mercado**

No se puede crear y lanzar un producto o servicio, sin antes conocer el mercado al que se va a dirigir dicha oferta, dado que los esfuerzos y el dinero invertido podrían ser malgastados, en estrategias de producción y *marketing* inadecuadas. Por eso, es importante dedicar tiempo para efectuar un pertinente y detallado análisis. Dicho proceso inicia entendiendo la definición de mercado, que según Cortés (2023) es el “conjunto de compradores reales y potenciales de un producto o servicio” (p.29).

Partiendo de lo anterior, en el plan de comercialización se incluyó una descripción detallada, del mercado meta al que se dirige la sala de fuerza, con el fin de tener claridad sobre las necesidades, gustos y preferencias de este público objetivo, lo que facilitó que en el presente trabajo se establezcan estrategias y acciones, para su posicionamiento, e incluso seguirá siendo información útil para futuras acciones de *marketing*, que desee implantar el emprendimiento.

### **3.4.4. Planeación**

Si una organización desea un buen funcionamiento y desempeño empresarial, es imprescindible implementar la planeación en todas sus actividades y proyectos, pues gracias a ella, se aumenta la probabilidad de alcanzar los resultados que se esperan, con base en que se

fundamenta en la coordinación, eficiencia, priorización, flexibilidad y trabajo en equipo, para fijar los objetivos empresariales de corto, mediano o largo plazo, que conduzcan a esa situación propuesta.

Rivera *et al.* (2020) afirma que la planeación es:

La primera etapa del proceso administrativo y consiste en la formulación del estado futuro deseado para una organización y con base en éste plantear cursos alternativos de acción, evaluarlos y así definir los mecanismos adecuados a seguir para alcanzar los objetivos propuestos. (p.7)

Dado que se requirió un plan de comercialización para la sala de fuerza, la planeación se convirtió en la base fundamental para lograr su correcto establecimiento, porque ayudó a definir cronológicamente las acciones y estrategias de *marketing* por seguir y a su vez permitió el uso efectivo de los recursos físicos y financieros, que propicie su pertinente y exitosa puesta en marcha.

### **3.5. Marco conceptual relacionado con el objetivo 4**

Para la realización del objetivo 4, es necesario comprender las variables que se tomarán en cuenta para desarrollarlo, porque estas funcionarán como elementos claves, para identificar y planificar los aspectos financieros del plan de inversión de una sala de fuerza en Congos Functional Training, con el fin de proporcionar una visión detallada del panorama económico del plan de inversión, que ayudará a tomar decisiones informadas al emprendimiento, acerca de la apertura de esta sala, por ende, se explicarán los siguientes conceptos:

#### **3.5.1. Fuentes de financiamiento**

Cuando se realiza un plan de inversión, las empresas deben elegir una fuente de financiamiento que se adecúe a la situación financiera del negocio, dado que al realizar un plan detallado, se despliegan diversos gastos que se deben cubrir, para cumplir con el objetivo

planeado, por lo que el financiamiento proporciona el capital necesario para ejecutar un proyecto. De acuerdo con Bea *et al.* (2023):

El financiamiento es el pilar fundamental de cualquier empresa, conocer cómo gestionar los recursos y qué fuentes de financiamiento utilizar en dependencia del grado de endeudamiento, hace que la salud financiera empresarial tome un sentido relevante en el incremento del valor. Las fuentes de financiamiento se clasifican según su procedencia (internas o externas) y según su vencimiento (corto o largo plazo). (p.4)

Con base en lo anterior, fue necesario que para la realización del plan de inversión de una sala de fuerza en Congos Functional Training, se haya realizado un análisis del tipo de financiamiento que se va a utilizar para la apertura de este, en vista de que se requiere de un capital inicial, para la compra de los materiales de construcción, mano de obra y los equipos de fuerza, que completó los objetivos de este plan.

Por esta razón, se realizó un análisis de las fuentes de financiamiento, como las internas, que están relacionadas con ahorros propios, aportes de socios, entre otros y las externas, en donde se pueden encontrar instituciones especializadas en brindar préstamos a emprendimientos o créditos bancarios. Fue importante que se eligiera la fuente de financiamiento más adecuada, pues esta dependerá de la situación financiera del negocio y las condiciones del mercado, ya que se deben tomar en consideración las tasas de interés, plazos y requisitos financieros.

### **3.5.2. Flujo de caja**

Para realizar un plan de inversión, es necesario poseer información clave para evaluar si es viable, porque cuando se maneja efectivo se deben determinar las mejores opciones, a fin de mantener un control seguro de los ingresos y egresos, que se generarán por la inversión de un plan específico. Por ello, Ávila *et al.* (2021) explican que:

El flujo de caja son las entradas y salidas de efectivo de un proyecto de inversión en un periodo dado, es decir, que es un instrumento que permite conocer la liquidez de un proyecto o de un negocio, este flujo de caja tiene como objetivo ser la base de los indicadores de rentabilidad económica. (p.153)

El realizar un flujo de caja, con un horizonte a cinco años, significó beneficios para el plan de inversión de una sala de fuerza, al presentar información proyectada de los ingresos y egresos, para obtener una planificación detallada del capital que se va a utilizar en Congos Functional Training, puesto que se identificó si cumple con las expectativas y metas financieras del negocio y de forma anticipada si existirá liquidez, lo que ayudará a la toma de decisiones del emprendedor. Esto brindará seguridad y credibilidad respecto al plan, al mostrar si es viable y sostenible.

### **3.5.3. Indicadores financieros**

Para elaborar un plan de inversión, se deben demostrar resultados de un periodo específico y la mejor forma de identificar estos resultados de desempeño financiero es mediante los indicadores, que permiten evaluar si la idea de inversión es sostenible y si está alineada a los objetivos y metas del proyecto que se desee realizar. Al respecto, Galicia *et al.* (2021) indican que:

Los indicadores financieros son herramientas que se diseñan utilizando la información financiera de la empresa, y son necesarias para medir la estabilidad, la capacidad de endeudamiento, la capacidad de generar liquidez, los rendimientos y las utilidades de la entidad, a través de la interpretación de las cifras, de los resultados y de la información en general. (p. 28)

Para este emprendimiento, la identificación de los indicadores financieros fue gran importancia, porque evaluó la situación financiera del plan de inversión. Al realizarlos, se pudo determinar si la sala de fuerza es atractiva y sostenible a un largo plazo, por ende, con la ayuda de las razones financieras como las de liquidez, actividad, endeudamiento y rentabilidad, así

como con el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) se obtuvo la información necesaria para saber si la inversión es viable y rentable. El punto de equilibrio midió el nivel de ventas de servicios, que se tendría que alcanzar, para cubrir con los costos de la apertura de la sala de fuerza, entre otros indicadores que fue de gran relevancia conocer.

#### **3.5.4. Estados financieros**

Para una empresa, es fundamental la realización de diversos estados financieros, debido a que con estos se podrá obtener una información más detallada, del desempeño que se desea proyectar y los resultados futuros, de modo que se obtiene una base, para evaluar los posibles resultados financieros de llevar a cabo un plan de inversión. Ochoa y Navarro (2023) definen que:

Los estados financieros proporcionan información sobre los activos, pasivos, patrimonio, ingresos y gastos de la entidad que reporta. Así, la información financiera tiene un propósito general: ser una herramienta que refleja las operaciones económicas a través de los EEFF, permitiendo evaluar la labor de la administración en el uso de los recursos de la sociedad y si se están generando utilidades. (p.138)

Para Congos Functional Training será de gran ayuda la utilización de estas herramientas de estados financieros proyectados como el estado de flujo de efectivo, el estado de resultados y el estado de situación financiera, porque su elaboración evaluó la rentabilidad del plan y se tuvo una expectativa más detallada de los rendimientos futuros, facilitando un control financiero sobre el plan de inversión de una sala de fuerza en el establecimiento, lo que permitirá establecer una planificación de metas y objetivos económicos, así como tomar las medidas correctivas y decisiones anticipadas, que serán de gran ayuda para el negocio.

## CAPÍTULO 4

### Análisis de los resultados

Antes de iniciar el análisis de los datos recolectados, mediante los instrumentos de investigación, se dará una breve explicación del manejo que se realizó de cada uno de ellos.

Basándose a la guía de observación que se realizó en el gimnasio Congos Functional Training, en el horario menos concurrido (4:45 p.m. a 5:45 p.m.) y en el de más afluencia (7:15 p.m. a 8:15 p.m.) , se evaluaron temas relacionados con los clientes como: su asistencia, su comportamiento y la atención recibida; ofrecimiento del servicio; presencia en redes sociales del gimnasio; mantenimiento de equipos actuales, sitio de construcción, condiciones ambientales, riesgos físicos y diseño del local actual, que permitieron conocer la situación actual del gimnasio y ayudaron a formular preguntas para los demás instrumentos.

Se realizó una entrevista al propietario Carlos López y a la administradora Ruth Marín, del gimnasio Congos Functional Training, en la cual se abordaron diversos temas fundamentales relacionados con el funcionamiento y la proyección del establecimiento. Entre los aspectos tratados se incluyeron temas internos, como la cantidad de personas y clientes activos que asisten a clases, los horarios de mayor afluencia y la atención al cliente que reciben. También se habló sobre los meses de mayor asistencia al gimnasio. Por otra parte, se les consultó sobre los servicios que ofrecen, así como las formas en que se promocionan actualmente en el mercado. Por último, se trataron temas relacionados con el plan de inversión de la sala de fuerza que se desea implementar, considerando la estimación económica de la inversión, los requerimientos para su comercialización, la capacidad que se proyecta y las características del espacio que se va a crear.

En el caso de los clientes reales, se decidió tomar a toda la población para aplicar el cuestionario; sin embargo, no se pudo obtener respuesta de toda la población, debido a la actitud negativa de estos para responder el cuestionario, lo que dio como resultado que solo se obtuviera respuesta de 58 personas. Por consiguiente, la respuesta y percepción de toda la

población fue un aspecto difícil de conocer, lo cual, hubiera sido de gran importancia para el enriquecer el caso en estudio. No obstante, es importante indicar que, aunque se obtuvo solo poco más de la mitad de las respuestas de los clientes reales, los resultados obtenidos muestran un panorama de tendencia sobre el porqué la preferencia y fidelidad de estos clientes, por el gimnasio, en comparación con otros.

Por último, se aplicó un cuestionario a los clientes potenciales en las zonas en estudio que corresponden a Paso Tempisque, Palmira, Los Jocotes y Filadelfia centro. Si bien es cierto, que en el capítulo uno, en el apartado 1.4.3.3. Muestra, se obtuvo a través de la fórmula estadística una muestra de 188 personas. Cuando se realizó la distribución de la muestra por conglomerado, para propiciar una igualdad entre los rasgos o características en los que se clasificó la población, se determinó establecer una muestra de 190 personas, pero al final se recolectaron las respuestas de 196 clientes potenciales, debido a que en el momento de la aplicación del instrumento, se encontraron varias personas interesadas en llenar el formulario sobre la sala de fuerza.

A continuación, se presenta la distribución por conglomerado, que se efectuó para las 190 personas económicamente activas de la muestra, las cuales se clasificaron de acuerdo con cuatro características: lugar de residencia, sexo, edad e interés en asistir a una sala de fuerza. Asimismo, es importante mencionar que antes de aplicar la encuesta, se efectuó una prueba piloto al 10 % de la muestra seleccionada.

Para lograr lo mencionado anteriormente, se requirió obtener el coeficiente para el cálculo de la muestra estratificada; dicho dato ayuda en el muestreo por conglomerado, para facilitar la distribución, que posteriormente a ello se verá reflejada en la tabla 14.

$$\sum fh = n/N = Ksh$$

$$\sum fh = 188/4096 = 0,0459$$

**Tabla 13**

*Distribución inicial de la muestra de clientes potenciales, con base en sexo y lugar de residencia*

Distritos en estudio	Población	Muestra	Hombres	Mujeres	Total	Prueba piloto (7%)	Muestra restante
Filadelfia	2297	105	53	53	106	7	99
Palmira	1799	83	42	42	84	6	78
<b>Total</b>	<b>4096</b>	<b>188</b>	<b>95</b>	<b>95</b>	<b>190</b>	<b>13</b>	<b>177</b>

Los datos obtenidos de la población se encuentran en el capítulo uno en el apartado 1.4 Población; se añadió una persona por sexo en los dos distritos para propiciar la igualdad en los rasgos de la distribución de la muestra por conglomerados. Elaboración propia, 2025.

**Tabla 14**

*Muestra por conglomerado de los clientes potenciales (distribución final)*

Cientes Potenciales	Masculino (M)	Femenino (F)	15-24 años	25-34 años	35-44 años	45-54 años	55-65 años
Paso Tempisque	21	21	4 M Y 4 F	5 M Y 5 F	4 M Y 4 F	4 M Y 4 F	4 M Y 4 F
Palmira	21	21	4 M Y 4 F	5 M Y 5 F	4 M Y 4 F	4 M Y 4 F	4 M Y 4 F
Filadelfia centro	27	27	6 M Y 6 F	6 M Y 6 F	5 M Y 5 F	5 M Y 5 F	5 M Y 5 F
Los Jocotes	26	26	5 M Y 5 F	6 M Y 6 F	5 M Y 5 F	5 M Y 5 F	5 M Y 5 F
<b>Total</b>	<b>95</b>	<b>95</b>	<b>19 M Y 19 F</b>	<b>22 M Y 22 F</b>	<b>18 M Y 18 F</b>	<b>18 M Y 18 F</b>	<b>18 M Y 18 F</b>

Debido a la cifra impar de los grupos de rango de edad, se agregó una persona tanto al sexo masculino como femenino en el segundo conglomerado de edad (25-34 años) en Paso Tempisque, Palmira y Los Jocotes porque es el rango de edad con más asistencia al gimnasio. Además, se añadió una persona más en el sexo masculino y en el femenino en Filadelfia centro, en lugar de Los Jocotes con base en las variables de cercanía y mayor concentración de población. Elaboración propia, 2025.

## 4.1. Estudio de mercado

### 4.1.1. Oferta y demanda

Congos Functional Training pone a disposición de los clientes reales y potenciales los servicios de entrenamiento funcional, hipertrofia, entrenamiento de fuerza, *cross training*, yoga y acondicionamiento físico, los cuales pueden ser adquiridos en su horario de atención, que es de lunes a viernes, desde las 5:30 a.m. a las 10:15 a.m. y luego de las 4:45 p.m. hasta las 8:15 p.m.

**Promedio de asistencia.** Para este emprendimiento, un aspecto que se considera importante es, que todos sus clientes se sientan a gusto a la hora de realizar las rutinas y ejercicios, así como mantener el orden en cada una de las clases, por lo que el promedio de personas que asisten por clase es fundamental, ya que dan a conocer cuál es el mínimo y el máximo que alcanza en el gimnasio.

De acuerdo con el propietario, Carlos López, y la administradora del gimnasio, Ruth Marín, (comunicación personal, 08 de abril, 2025), el mínimo de asistencia son tres personas, entonces si llegaran a ser dos, automáticamente esa clase queda cancelada; sin embargo, se brinda la posibilidad de elegir otro horario disponible. Por otra parte, el máximo aceptable es de diez personas en la clase, no obstante, a veces se hace una excepción y se aceptan 11 personas, pero no es todo el tiempo.

En relación con el promedio, de personas que pueden asistir al día al gimnasio, los entrevistados comentan que puede variar, pues va a depender de las horas pico, que suelen ser temprano por la mañana, antes de ir a trabajar, y por la noche después del trabajo, puesto que la mayoría de los clientes tiene un trabajo de horario completo. Considerando esto, el promedio de personas que asisten al día está entre 40 y 45.

Conforme a la observación realizada en el gimnasio, se destaca que en el horario de 4:45 p.m. a 5:45 p.m. es el menos concurrido. Como lo comenta la administradora, hay días de mucha demanda, en los que asisten 11 personas. Además, está el horario de 7:15 p.m. a 8:15 p.m., en el que se comprobó que es el más concurrido, porque alcanzó una asistencia de 12 clientes.

Es importante mencionar, que muchos de los que asisten al gimnasio son clientes de zonas lejanas y sus trabajos son de horario completo, por lo que los horarios con más asistencia son de las 6 p.m. en adelante, hasta que termine la clase de 8:15 p.m.

Los responsables de este emprendimiento manifiestan, que los meses de mayor asistencia al gimnasio Congos Functional Training son de enero hasta julio y los de menor asistencia son octubre, noviembre y a veces diciembre.

Se puede deducir, que en Congos Functional Training, la asistencia durante los diferentes meses puede variar por diferentes motivos, sea por cumplir propósitos de año nuevo o el deseo de verse bien en el verano, en ciertos meses asisten con mayor frecuencia, lo que

después va disminuyendo debido a temporadas de vacaciones, la llegada de fiestas y actividades familiares al aire libre.

**Factores de asistencia de clientes.** En cuanto a los clientes, son fundamentales en cualquier negocio porque son la esencia del lugar; sin embargo, el número de clientes activos en un gimnasio puede variar significativamente, dependiendo de varios factores, los cuales son la ubicación, tamaño del gimnasio, precios, horarios, disponibilidad y satisfacción de los clientes.

Según el propietario y la administradora, los clientes activos con los que actualmente cuentan son 110, incluyendo todas las clases y servicios que se ofrecen. Por consiguiente, se puede interpretar, que al mantener una cantidad considerable de clientes, este gimnasio ofrece un buen servicio y mantiene a los clientes contentos y satisfechos por su buen trato y entrenamiento personal, así como un horario flexible para que todos puedan realizar ejercicio. Lo anterior se comprobó, con la observación efectuada en este gimnasio; tanto en el horario de menos de asistencia, como en el más concurrido, se percibió que los clientes se encuentran satisfechos con la atención y asesoría recibidas, dado que ellos muestran comportamientos de satisfacción con la rutina realizada, lo que evidencia que este gimnasio ofrece un servicio de calidad, del agrado de los usuarios.

Con respecto a la atención al cliente que se brinda en el gimnasio, en ambos horarios observados se logró visualizar, que los entrenadores están muy bien capacitados en el área, lo que les permite brindar instrucciones adecuadas sobre la forma correcta de hacer los ejercicios, indicando a los clientes la forma correcta de hacerlos y comentándoles las mejoras que deben realizar. Asimismo, durante toda la clase se encuentran animando y supervisando a cada persona.

En cuanto al tamaño del gimnasio, con la observación se pudo apreciar, que el diseño del establecimiento actual sí cuenta con un acondicionamiento y distribución correctos, lo que representa un aspecto fundamental para sus funciones cotidianas, puesto que siguiendo con su

temática *outdoor* y al contar con un diseño acorde, además de condiciones ergonómicas adecuadas, su operatividad garantiza lo necesario para brindar un servicio al cliente excelente.

Seguidamente, en relación con el equipamiento, se verificó que la cantidad disponible de equipos se encuentra en óptimas condiciones y bien distribuida entre las rutinas, para que ningún cliente esté a la espera de utilizar el equipo, mientras uno se encuentra utilizando un implemento para una rutina, el otro se encuentra utilizando uno diferente con distinta rutina.

Por otra parte, se comprobó que el personal ofrece a los clientes un espacio seguro, limpio y ordenado, puesto que el área de trabajo de cada usuario se encuentra delimitada, para evitar roces que puedan ocasionar incidentes o accidentes y a la vez, se encuentra despejada de objetos que puedan causar algún riesgo físico.

Para finalizar con la observación de la infraestructura y el acondicionamiento, se puede afirmar que los ambientes del lugar son buenos, ya que se encuentra al aire libre por su temática *outdoor* sin espacios cerrados, donde fácilmente entra la iluminación y la ventilación por sí sola debido a que el gimnasio se encuentra rodeado de árboles. Sin embargo, en la clase donde llegan más clientes, por ser la de horario nocturno, se utiliza electricidad para realizar los ejercicios.

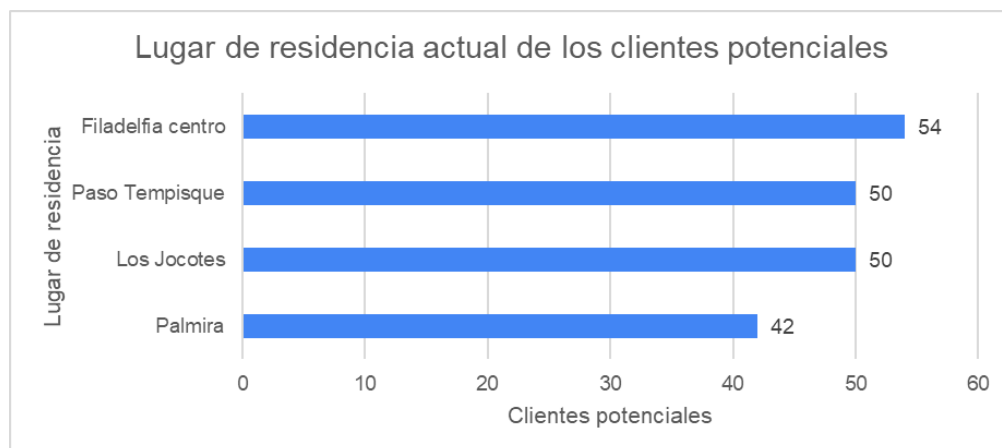
A continuación, se analizan aspectos relevantes que describen el perfil de los clientes reales y potenciales, obtenidos a través de la técnica encuesta.

**Lugar de residencia.** Los clientes reales habitan mayormente en Paso Tempisque y Palmira. No obstante, de acuerdo con los datos, existe una presencia moderada de personas de Filadelfia y escasos los que provienen de otros sectores.

**Figura 5***Residencia actual de los clientes reales*

Los clientes reales encuestados son 58 personas. Elaboración propia, 2025.

Inicialmente se efectuó la distribución de la muestra por conglomerado (190 personas); aunque fueron más los encuestados, los clientes potenciales fueron mayormente de Filadelfia centro aunque Los Jocotes, Paso Tempisque y Palmira constituyeron una participación importante para conocer los intereses, necesidades y gustos de las personas de estas zonas en estudio.

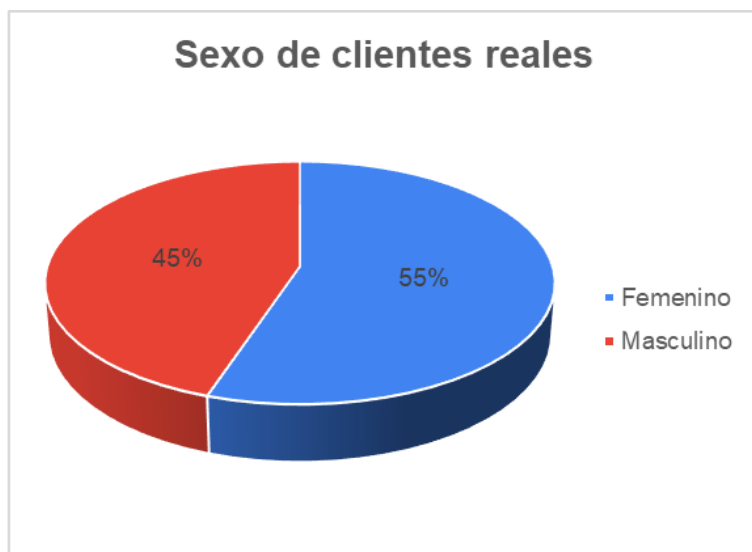
**Figura 6***Residencia actual de los clientes potenciales*

Los clientes potenciales encuestados son 196 personas. Elaboración propia, 2025.

**Sexo.** Con respecto al sexo de los clientes reales, el gráfico refleja que la mayoría de los clientes activos del gimnasio en estudio son mujeres, aunque existe una participación significativa de hombres.

**Figura 7**

*Sexo de los clientes reales*



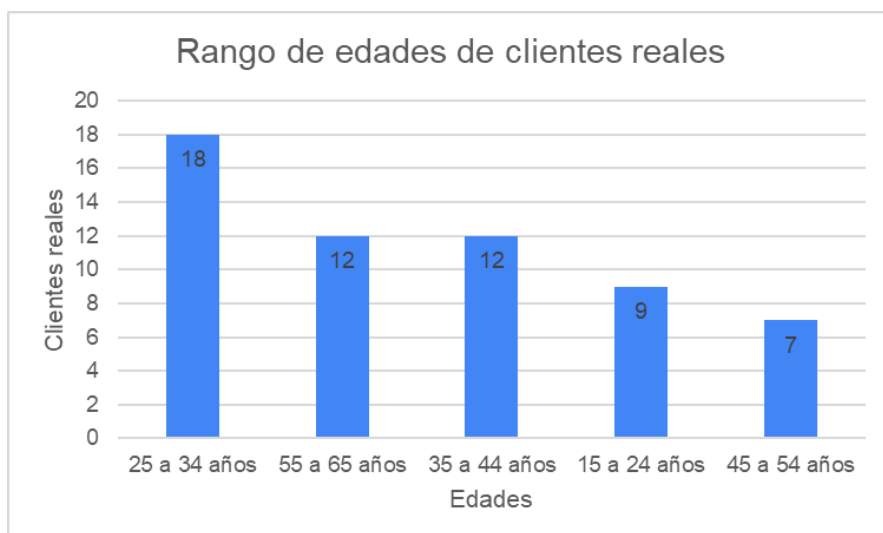
Los clientes reales encuestados son 58 personas. Elaboración propia, 2025.

En cuanto a los clientes potenciales encuestados, como al inicio se mencionó se estableció y procuró aplicar una distribución de la muestra por conglomerado; aun así, se evidencia que el sexo masculino representa la mayor parte de los interesados en salas de fuerza, no obstante, una cantidad importante de mujeres también mostró interés al respecto.

**Figura 8***Sexo de los clientes potenciales*

Los clientes potenciales encuestados son 196 personas. Elaboración propia, 2025.

**Edad.** Con relación al gráfico, se puede visualizar que la mayor parte de los clientes que se encuentran activos y van frecuentemente al gimnasio, son de las edades entre 25 y 34 años; sin embargo, se puede notar que las edades que le siguen son de 35 a 44 años y de 55 a 65 años, lo que indica que las personas buscan mejorar o mantener un bienestar general.

**Figura 9***Edades de los clientes reales*

Los clientes reales encuestados son 58 personas. Elaboración propia, 2025.

Con respecto a los clientes potenciales, las personas de edades que más frecuentarían asistiendo al nuevo servicio de sala de fuerza de Congos Functional Training son de 55 a 65 años, con un seguimiento de personas con edades de 25 a 34 años, lo cual demuestra que existe bastante conciencia, respecto a la importancia del ejercicio, en todas las etapas de la vida.

**Figura 10**

*Edades de los clientes potenciales*

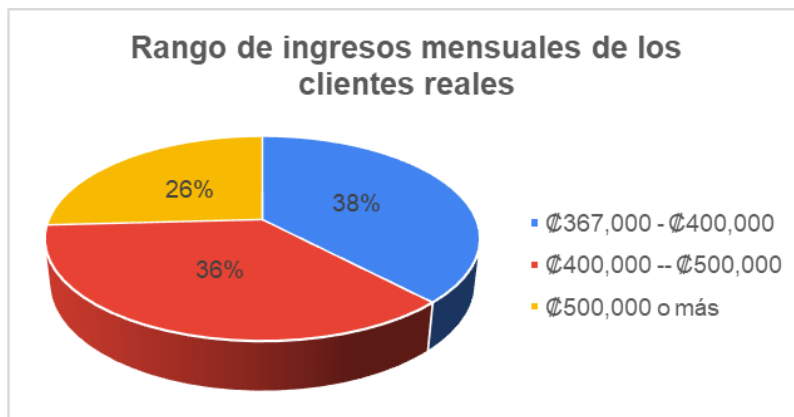


Los clientes potenciales encuestados son 196 personas. Elaboración propia, 2025.

**Ocupación e ingresos mensuales.** En relación con los ingresos mensuales obtenidos por los clientes reales, que asisten al gimnasio Congos Functional Training, se observa que la mayoría de los clientes encuestados recibe ingresos de ₡367 000 a ₡400 000 los que representan el 38 %, seguido por el rango de ingresos entre ₡400 000 y ₡500 000 que los recibe el 36 %. Finalmente, solo el 26 % de los clientes gana ₡500 000 o más al mes.

**Figura 11**

*Rango de ingresos mensuales de los clientes reales*

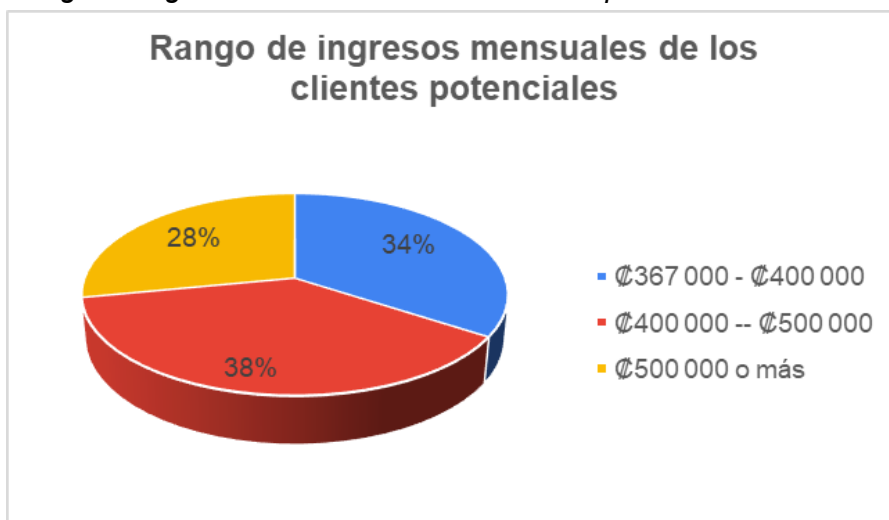


Los clientes reales encuestados son 58 personas. Elaboración propia, 2025

Con respecto a los clientes potenciales encuestados, la mayoría de ellos indicó que sus ingresos mensuales son entre ₡400 000 y ₡500 000 que equivale a 38%, por otra parte, el 34 % mencionó que sus ingresos son de ₡367 000 a ₡400 000 y por último, el 28% de los participantes señaló que gana ₡500 000 o más al mes.

**Figura 12**

*Rango de ingresos mensuales de los clientes potenciales*



Los clientes potenciales encuestados son 196 personas. Elaboración propia, 2025.

En referencia a las ocupaciones, por parte de los clientes, los resultados muestran una amplia variedad de actividades laborales; se destaca el trabajo en el área administrativa como la ocupación predominante, con un total de 19 personas. En segundo lugar, se encuentran las ocupaciones de trabajo independiente, área de salud, zafra y educación, cada una con cinco personas. Por último, otra ocupación frecuente fue el trabajo en labores domésticas, con cuatro personas.

### Figura 13

*Ocupación en la que se desempeñan los clientes reales*



Los clientes reales encuestados son 58 personas. Elaboración propia, 2025.

Con respecto a los clientes potenciales, existe una diversa variedad de ocupaciones, predominando el trabajo en área administrativa con 41 personas, seguido por trabajo en zafra con 24, trabajo en hotelería registra a 23 personas, mientras el trabajo en educación 21 y por último el trabajo en área de salud con 20 personas.

Figura 14

*Ocupación en la que se desempeñan los clientes reales*

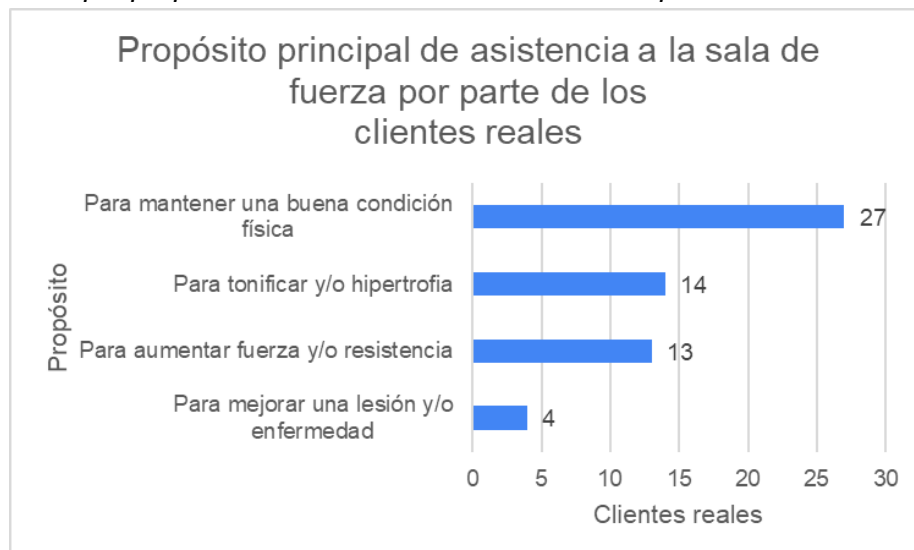


Los clientes potenciales encuestados son 196 personas. Elaboración propia, 2025.

**Propósito principal de asistencia a la sala de fuerza.** La mayoría de clientes reales encuestados indica, que su principal objetivo de asistencia a la sala de fuerza radica en mantener una buena condición física y otras razones con participación significativa corresponden a tonificar y/o hipertrofia así como aumentar fuerza y/o resistencia.

**Figura 15**

*Principal propósito de asistir a una sala de fuerza para clientes reales*

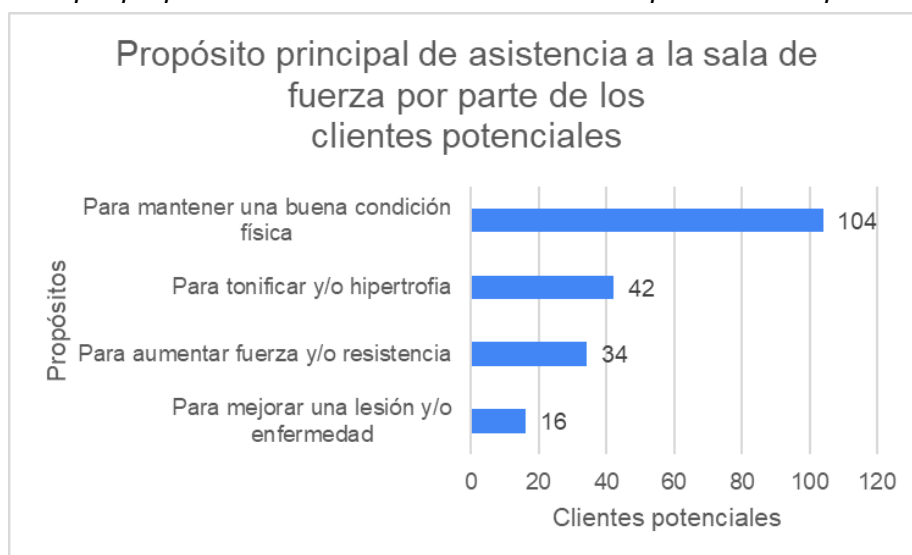


Los clientes reales encuestados son 58 personas. Elaboración propia, 2025.

En cuanto a los clientes potenciales, manifiestan los mismos propósitos de asistencia a la sala de fuerza que los reales.

**Figura 16**

*Principal propósito de asistir a una sala de fuerza para clientes potenciales*



Los clientes potenciales encuestados son 196 personas. Elaboración propia, 2025.

#### **4.1.2. Venta**

Para el ingreso al gimnasio Congos Functional Training, conforme a lo mencionado por el propietario y la administradora, se tiene que pagar una matrícula y una clase de inducción. Esta clase se da para que el *coach* conozca a la persona, vea sus movimientos y así enseñarle lo básico. De igual modo, observar si tiene alguna dificultad a la hora de realizar algún ejercicio y muy importante, saber si la persona ha tenido una lesión para tomarlo en cuenta y ponerle el peso adecuado, para que esa lesión no se agrave más. Pero en especial, para entrar en confianza con el cliente y que su segunda clase llegue un poco más familiarizado con el tema del entrenamiento. Es importante mencionar, que si el cliente se quiere retirar puede cancelar su membresía sin costo adicional.

De acuerdo con la observación realizada se percibió, que tanto en el horario concurrido como en el no tan concurrido, el gimnasio cuenta con un proceso de atención al cliente, desde el inicio hasta el final de la clase, ya que aplica una metodología, que inicia con el recibimiento del cliente, calentamiento, rutinas y estiramiento para despedir la clase y al final de la clase, se anima a los clientes con aplausos por haber finalizado las rutinas.

Con respecto al proceso de limpieza y mantenimiento del lugar, se logró visualizar que al inicio de cada clase en los dos horarios: de 4:45 p.m. a 5:45 p.m. y el de 7:15 p.m. a 8:15 p.m., se recibe a los clientes con un área aseada y al final de cada clase los clientes suelen limpiar y guardar los equipos utilizados; y los entrenadores limpian el lugar para el uso de la siguiente clase.

**Utilización del servicio de sala de fuerza.** Se les consultó a los 58 clientes, que actualmente asisten al gimnasio, si estarían dispuestos a pagar una cuota mensual por el servicio del gimnasio funcional, junto con una cuota mensual adicional por el uso de la sala de fuerza. A partir de esta consulta se concluye, que 50 clientes activos están interesados en asistir a la sala de fuerza, dado que seleccionaron las opciones de “estarían dispuestas a pagar ambas mensualidades pero con un descuento”, “pagar la mensualidad de ambas sin necesidad

de un descuento” y “solo pagaría la mensualidad de la sala de fuerza”. Tan solo ocho personas no se mostraron interesadas en el servicio de la sala de fuerza, al seleccionar la opción de “no estaría dispuesto a pagar la mensualidad de la sala de fuerza” (ver figura 33).

Se les preguntó a los clientes potenciales acerca de su interés, en cuanto a utilizar la sala de fuerza y el 87 %, que representa 171 personas, respondió que sí la utilizaría, mientras solo el 13 % indicó que no. Esto demuestra que a la gran mayoría de la población encuestada le interesaría hacer uso de ese espacio, en el gimnasio Congos Functional Training.

Con respecto a las personas que expresaron desinterés, respecto a asistir a la sala de fuerza, una de las razones más mencionadas se relaciona con que ya asisten a un gimnasio diferente, cerca de su zona de residencia y no están interesados en dejarlo. La siguiente razón es, que consideran muy elevado el precio de la mensualidad de dicha sala. Por último, varias personas indicaron que los horarios mencionados no son favorables, al no abrir los fines de semana y que entre semana el último horario disponible es a las 7:15 p.m., lo cual representa una dificultad para quienes trabajan hasta tarde y necesitan opciones más flexibles en la noche.

### Figura 17

*Clientes potenciales interesados en el servicio de sala de fuerza*



Los clientes potenciales encuestados son 196 personas. Elaboración propia, 2025.

#### **4.1.3. Canales de distribución**

Actualmente, Congos Functional Training cuenta con la red social de Instagram, donde se encuentran más activos realizando publicaciones de competencias, actividades y fotos del establecimiento, para mantener informados a los clientes actuales y atraer a posibles nuevos usuarios, mostrándoles los servicios que ofrece el gimnasio.

Conforme con lo expresado por los entrevistados, utilizan más esta red social por el tipo de influencia que produce, ya que suele lograr más visualizaciones y cuenta con más de dos mil seguidores. Sin embargo, utilizan WhatsApp, para mantener un contacto directo con los clientes.

Es importante señalar, que Congos Functional Training utiliza frecuentemente la red social Instagram, como principal canal de distribución, promoción y comunicación. A través de esta red se comparten imágenes de competencias, que son los eventos más importantes realizados por el establecimiento, donde se enfrenta con otros gimnasios, para que las personas puedan competir mostrando sus capacidades físicas.

Asimismo, comparten fotos del establecimiento, promociones que surgen durante los meses y rifas, donde realizan interacciones con los clientes para obtener más seguidores, así como tener un contacto más directo y por último, los contenidos más habituales en su perfil son las historias de las clases, que se realizan durante las semanas, lo que permite conocer la dinámica del gimnasio de forma real.

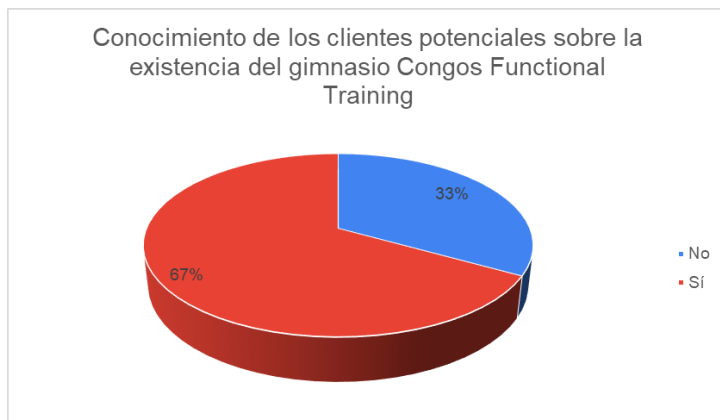
Congos Functional Training cuenta con una aplicación, diseñada para facilitar la experiencia de sus clientes y optimizar la gestión interna del gimnasio. A través de esta plataforma, los usuarios pueden reservar sus sesiones de entrenamiento, en los horarios que más les convengan, agendar rutinas personalizadas y acceder a sugerencias de planes de alimentación. Por otra parte, la aplicación permite llevar un seguimiento detallado de la condición física de cada usuario, registrando datos como peso, altura, enfermedades y otros indicadores de salud.

Según los encargados, la principal motivación para desarrollar esta aplicación fue, mantener un mejor control y organización de los grupos de entrenamiento, así como una gestión eficiente de los pagos. La plataforma permite generar facturas electrónicas, monitorear el número de clientes activos e identificar los horarios de mayor afluencia, lo que permite un mayor control. Un aspecto clave de la aplicación es que restringe el acceso a las reservas, a aquellos usuarios que no estén al día con sus pagos, lo que contribuye a mantener el orden del uso de las instalaciones.

**Reconocimiento del gimnasio en el mercado.** De los datos obtenidos con los clientes potenciales, se evidencia que la mayoría conoce sobre la existencia de este gimnasio, lo que representa un aspecto de gran importancia para este, dado que aunque no son clientes activos saben que este gimnasio existe y que es una buena opción para asistir, en caso de que decidan dejar de asistir al que van actualmente o para reiniciar la vida fitness, entre otros motivos.

### Figura 18

*Conocimiento de los clientes potenciales sobre la existencia del gimnasio Functional Training*



Los clientes potenciales encuestados son 196 personas. Elaboración propia, 2025.

**Canales de distribución y comunicación digitales.** Para los gimnasios, las redes sociales funcionan como canales de distribución y comunicación, que les permiten tener mayor alcance y visibilidad ante los clientes para ofrecer sus servicios, que les facilita la interacción con ellos para responder a sus consultas y transmitirles de forma interactiva y dinámica

contenido de *marketing*, para incentivar y/o concretar la venta. Por esta razón, se investigó mediante la encuesta, cuáles son las redes sociales preferidas por los clientes y de parte de los usuarios activos del gimnasio se mostró una mayor preferencia (en orden de mayor elección) por WhatsApp, Instagram y Facebook, puesto que la mayoría de los encuestados seleccionó estas redes sociales, siendo WhatsApp la red social más elegida.

### Figura 19

*Redes sociales preferidas por clientes reales, como canales de distribución y comunicación del gimnasio Congos Functional Training*

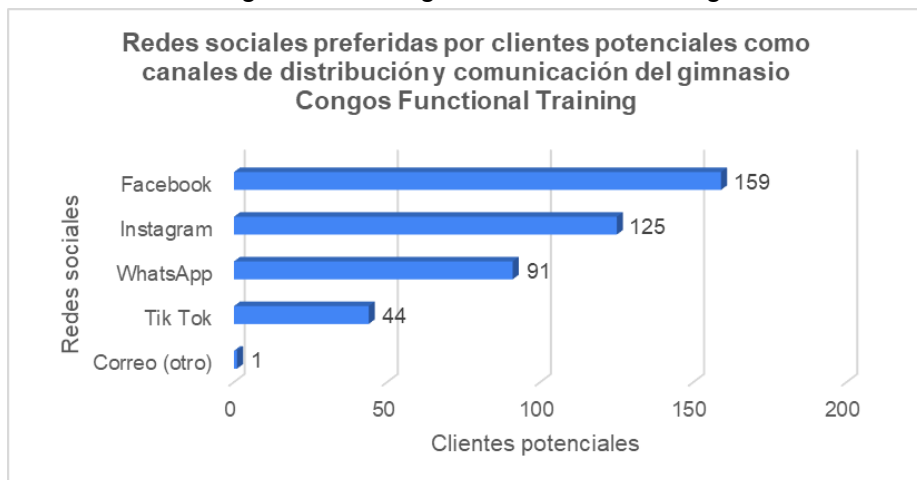


Los clientes reales encuestados son 58 personas. Elaboración propia, 2025.

Los clientes potenciales encuestados tienen como favoritas las mismas redes sociales mencionadas por los clientes reales, a excepción del orden de mayor elección. Para ellos Facebook es la red social de mayor preferencia para recibir información e interactuar con el gimnasio, en su segundo lugar está Instagram, seguido de WhatsApp. Esta información revela la importancia de que Congos Functional Training cuente con un perfil en Facebook, ya que actualmente solo se encuentra activo en Instagram y WhatsApp. Incluso podrían considerar igualmente tener presencia en Tik tok, debido a que tuvo una preferencia significativa por parte de algunos clientes potenciales, ya que es una red social muy llamativa y creativa para presentar los servicios del gimnasio, en especial la apertura de la sala de fuerza.

**Figura 20**

*Redes sociales preferidas por clientes potenciales como canales de distribución y comunicación del gimnasio Congos Functional Training*

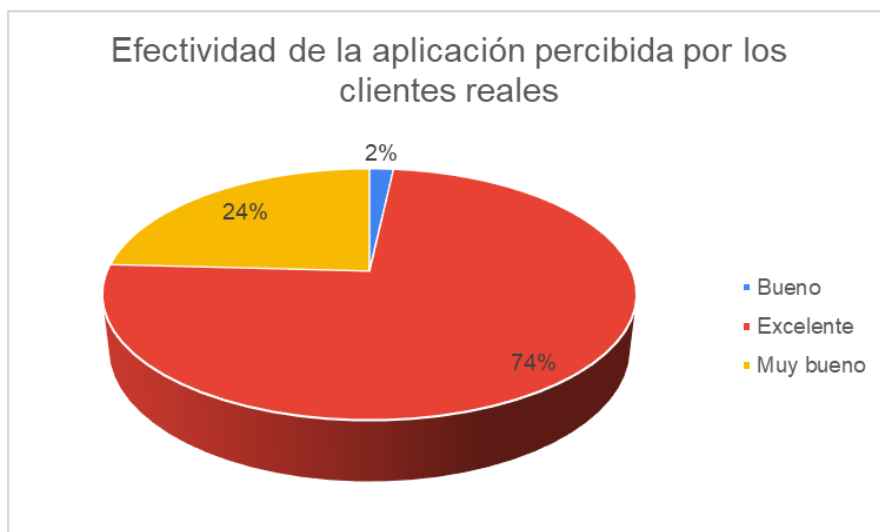


Los clientes potenciales encuestados son 196 personas. Elaboración propia, 2025.

**Canales de distribución.** La aplicación de reservación de cita funciona como canal de distribución con los clientes activos para así ofrecer sus servicios con sus respectivos horarios y que ellos elijan el de su preferencia. La mayoría de los clientes reales considera, que la aplicación de reservación de citas es un excelente sistema; sin embargo, añaden algunas sugerencias para que su funcionamiento sea mucho mejor, una de ellas y la más recurrente, que deberían integrar en la aplicación, el progreso individual y colectivo de los clientes en las rutinas, conservando así sus mejoras y puntuación de las competencias realizadas en cada clase e igualmente mencionaron, que deberían incorporar rutinas extras para los días que no se dan clases por diversas situaciones.

### Figura 21

*Uso y funcionamiento de la aplicación de reservación de citas del gimnasio, para los clientes reales*



Los clientes reales encuestados son 58 personas. Elaboración propia, 2025.

En el caso de los clientes potenciales, todos, con excepción de una persona, indicaron que tener una aplicación para reservar citas y seguimiento de la condición física, en un gimnasio, es un recurso muy funcional.

### Figura 22

*Uso y funcionamiento de la aplicación de reservación de citas del gimnasio, para los clientes potenciales*



Los clientes potenciales encuestados son 196 personas. Elaboración propia, 2025.

#### 4.2. Activos requeridos

Para este proyecto de inversión de una sala de fuerza en Congos Functional Training, Ruth Marín, la administradora y encargada de proyecto de la sala de fuerza (comunicación personal, 08 de abril, 2025), indica que se estima una suma de \$16 000 y menciona, que este monto puede variar, debido a que los precios de las máquinas e insumos de construcción se encuentran en constante cambio en el mercado, por lo que considera que lo ideal es realizar un estudio del precio de estos, para hacer una cotización exacta, de cuánto sería la inversión para dar una correcta apertura.

Para esta inversión, uno de los aspectos más importantes es la compra de máquinas de fuerza, dado que estas son las principales herramientas en las cuales se quiere hacer dicha inversión. Con datos obtenidos de los encargados, se hace conocimiento de que estas máquinas son las siguientes: cinco poleas, tres cintas para correr, dos máquinas de abductor, dos *press* de banca, dos *press* de pierna, dos *chest press*, un *high pull* y un *smith machine*, las cuales tienen diversidad de precios y modelos, que se adecuarán de acuerdo con las necesidades de los usuarios, buscando satisfacerlas y brindar un servicio más amplio y especializado. De tal manera, Congos Functional Training pretende innovar y orientarse en ofrecer un servicio de calidad para los usuarios.

En cuanto a la impartición de clases en el gimnasio, los sujetos consultados, indican que para impartir estas clases no se requiere de una previa capacitación específica, dado que ya se han llevado cursos o capacitaciones, por lo cual, se considera que el personal de este gimnasio está total y absolutamente capacitado para dar clases en una sala de fuerza, gracias a previas capacitaciones que se han ofrecido.

Asimismo, el personal se encuentra capacitado para la atención de una determinada emergencia. En términos de espacio, este gimnasio se encuentra en óptimas condiciones y en conocimiento, el personal se encuentra preparado y atento ante cualquier eventualidad. Sin

embargo, un dato vital al respecto es, que actualmente este negocio no cuenta con el equipo mínimo para la atención de emergencias, es decir, un botiquín de primeros auxilios, extintores de llamas o incendios, señalización adecuada para salidas de emergencia, puntos de reunión, entre otros, por lo cual, es de suma importancia que se tome en cuenta dentro de la inversión, ya que se trata de condiciones obligatorias en los establecimientos, según lo estipulado por las leyes costarricenses.

Finalmente, en cuanto al lugar específico donde se quiere construir, mediante la observación se comprobó que el terreno se encuentra en buenas condiciones; sin embargo, se tienen que hacer algunos cambios en cuanto a vegetación del lugar, es decir, cortar la maleza y algunos pequeños arbustos, que pueden interrumpir el proceso de construcción; con esos cambios mínimos, el lugar ya estaría en las condiciones idóneas, para los trabajos que se deben realizar.

#### **4.3. Plan de comercialización**

Congos Functional Training tiene como proyecto, la creación de una sala de fuerza dentro del establecimiento, la cual contará con una serie de máquinas especializadas que permitirán ofrecer un servicio diferente dentro del gimnasio. Para ello, es necesario contar con un plan de comercialización.

Según el propietario y la administradora, la comercialización de esta nueva sala se logrará mediante la identificación del público objetivo, que está conformado por personas interesadas en el sistema biomecánico, directamente relacionado con la hipertrofia y la fuerza. Señalan que muchos de los clientes actuales han brindado sugerencias, respecto a la creación de esta sala, lo que ha generado la idea de crearla para su utilización.

Por otra parte, para promocionar esta nueva área, se recurrirá a las redes sociales, uno de los medios más efectivos actualmente, para que las empresas se den a conocer. Como parte de la estrategia, se tiene previsto ofrecer paquetes accesibles, para las personas

interesadas en realizar, tanto ejercicios funcionales, como utilizar sus otros servicios, por ejemplo la sala de fuerza, o incluso solo uno de los dos, con el fin de incentivar el uso de este nuevo espacio.

Finalmente, se considera fundamental reforzar su comercialización con una buena atención al cliente, por lo tanto, se mantendrán atenciones personalizadas, que garanticen un acompañamiento adecuado en esta nueva etapa del gimnasio.

#### 4.3.1. Asistencia de los clientes a un gimnasio

Con base en la información recopilada, se destaca que los clientes reales del gimnasio lo prefieren principalmente antes que otros, por su servicio en general; sin embargo, resaltan aspectos como la cercanía, la calidad y la interacción de los entrenadores o del personal con los clientes. En la figura presentada se observa, que los clientes potenciales asisten a otros gimnasios principalmente a Gran Fit Gym, Booster, Gym donde Jason y Fitness Club según sus respuestas, por la cercanía de su residencia y una mensualidad menor, en comparación con la de Congos Functional Training.

**Figura 23**

*Asistencia de los clientes potenciales a un gimnasio*



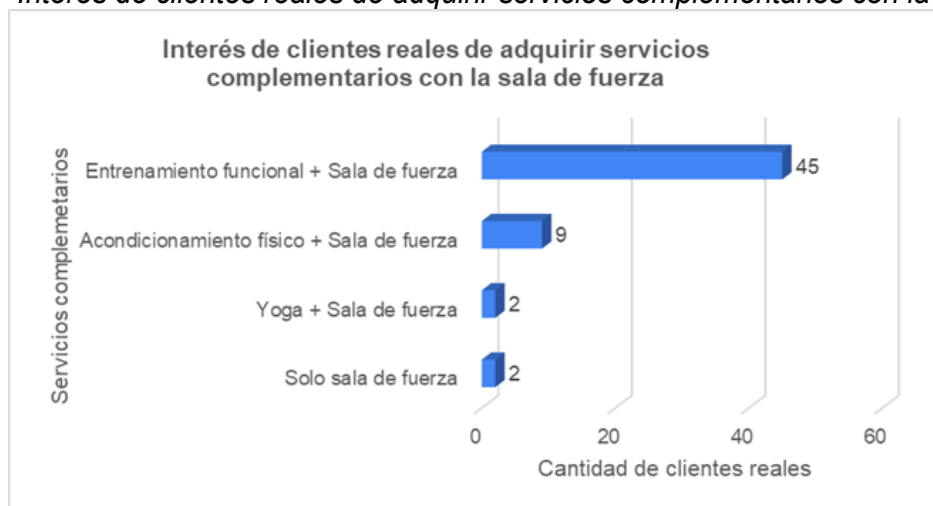
Los clientes potenciales encuestados son 196 personas. Elaboración propia, 2025.

### 4.3.2. Servicios complementarios con la sala de fuerza

Una de las estrategias por recomendar será, que los clientes tengan la oportunidad de adquirir el servicio de la sala de fuerza, junto a otro de los servicios actuales del gimnasio, por una mensualidad con un precio especial, por lo que este gráfico anterior revela, que los clientes reales en su mayoría están interesados en dicha propuesta, con excepción de dos personas que solo utilizarían la sala de fuerza. Es importante señalar, que el entrenamiento funcional representa el servicio que más se desea complementar con la sala de fuerza.

#### Figura 24

*Interés de clientes reales de adquirir servicios complementarios con la sala de fuerza*

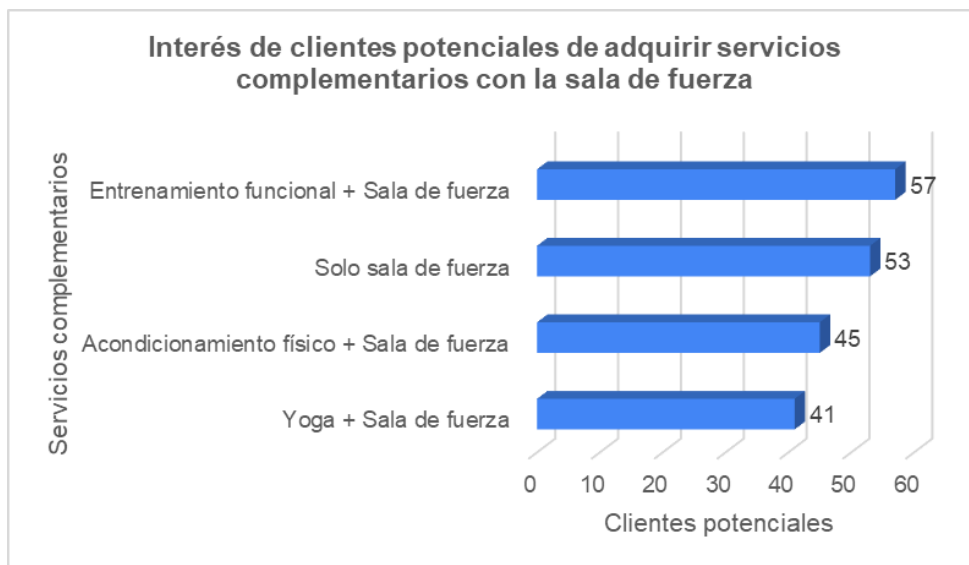


Los clientes reales encuestados son 58 personas. Elaboración propia, 2025.

De acuerdo con lo mostrado en esta figura, la mayor parte de los clientes potenciales está dispuesta a complementar la sala de fuerza con otro servicio y el entrenamiento funcional sigue siendo el servicio complementario más deseado, como complemento de la sala de fuerza; sin embargo, los otros dos servicios también lograron un interés significativo por parte de los clientes.

**Figura 25**

*Interés de clientes potenciales de adquirir servicios complementarios con la sala de fuerza*



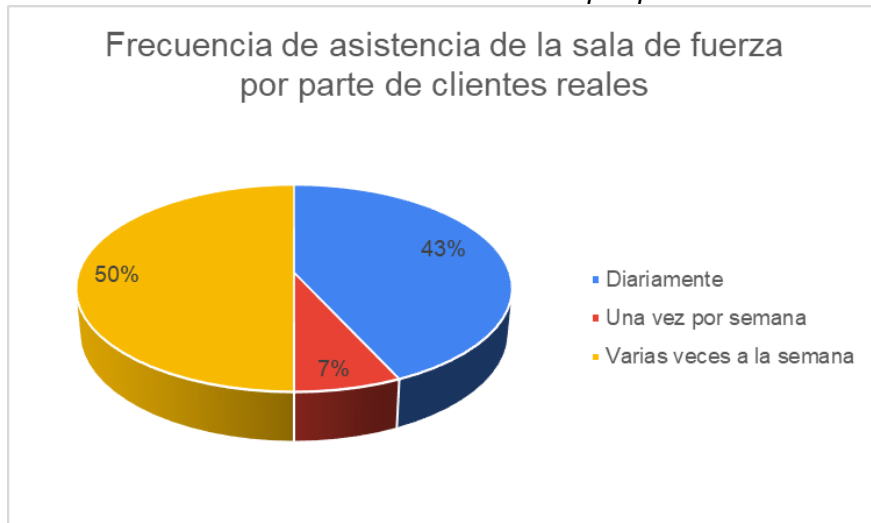
Los clientes potenciales encuestados son 196 personas. Elaboración propia, 2025.

**4.3.4. Frecuencia de asistencia a la sala de fuerza**

Los clientes que frecuentemente asisten al gimnasio Congos Functional Training expresan, que si se ofreciera el nuevo servicio de la sala de fuerza, ellos asistirían con mayor regularidad varias veces por semana y con mayor frecuencia, en los horarios de 7:15 p.m. a 8:15 p.m. y el menos concurrido sería el de 6:45 a.m. a 7:45 a.m.

**Figura 26**

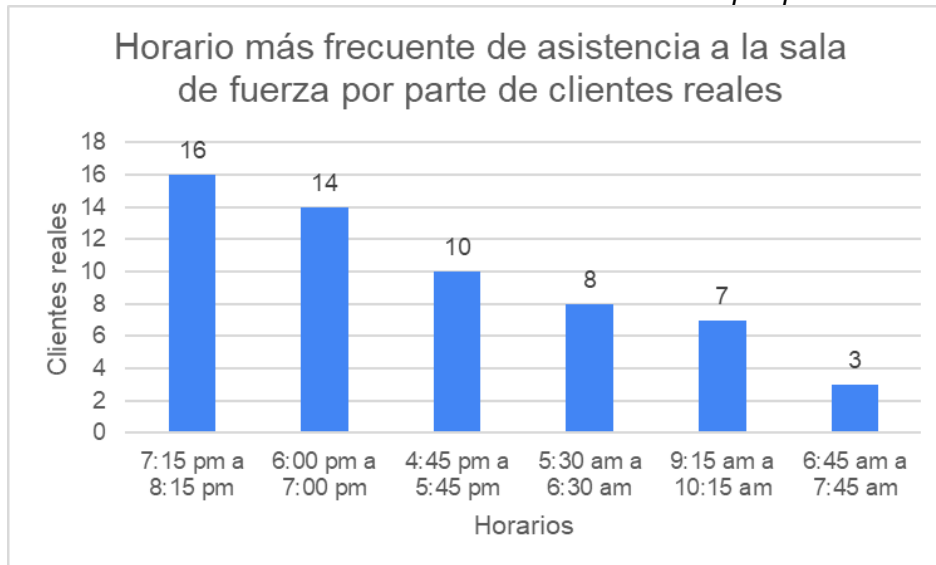
*Frecuencia de asistencia a la sala de fuerza por parte de clientes reales*



Los clientes reales encuestados son 58 personas. Elaboración propia, 2025.

**Figura 27**

*Horario más frecuente de asistencia a la sala de fuerza por parte de clientes reales*

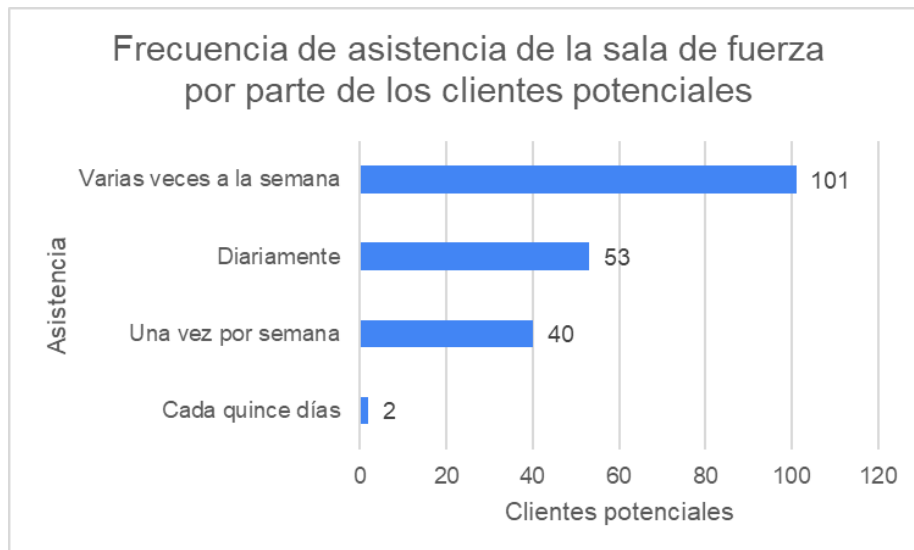


Los clientes reales encuestados son 58 personas. Elaboración propia, 2025.

Con referencia a los clientes potenciales, estos indican que asistirían a la sala de fuerza varias veces por semana. En cuanto al horario, asistirían con más frecuencia en un horario de 7:15 p.m. a 8:15 p.m., siendo el más concurrido con un total de 60 personas y el horario al que casi menos personas asistirían es el de 9:15 a.m. a 10:15 a.m., con un total de cuatro personas.

**Figura 28**

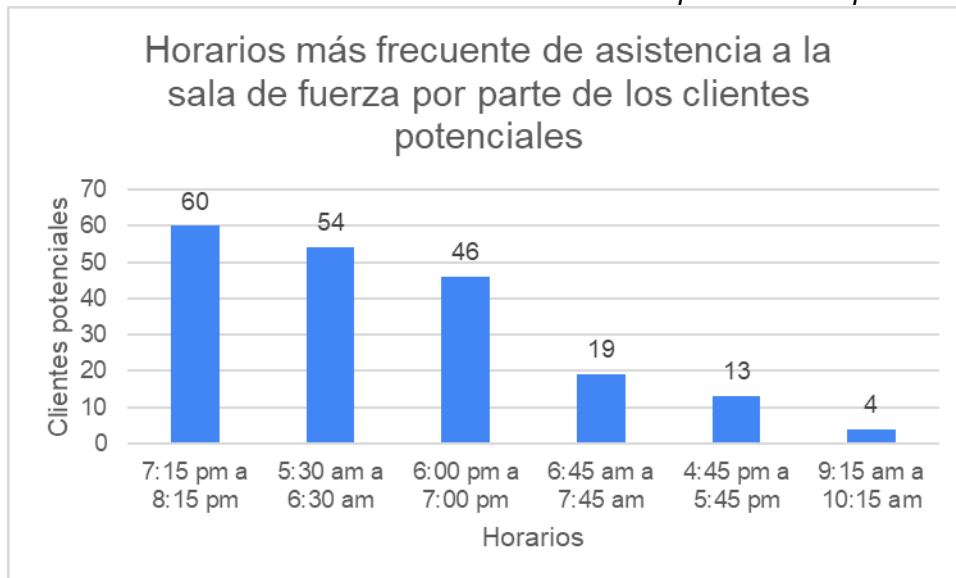
*Frecuencia de asistir a la sala de fuerza para clientes potenciales*



Los clientes potenciales encuestados son 196 personas. Elaboración propia, 2025.

**Figura 29**

*Horario más frecuente de asistir a la sala de fuerza para clientes potenciales*



Los clientes potenciales encuestados son 196 personas. Elaboración propia, 2025.

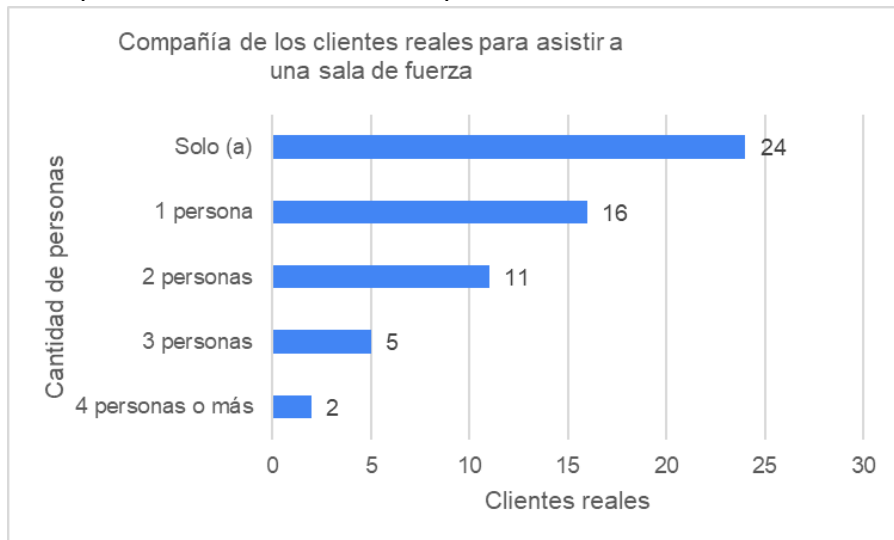
#### **4.3.5. Compañía de los clientes para asistir a la sala de fuerza**

Los clientes reales en su mayoría asistirían solos a la sala de fuerza, predominando el hecho de que existen diversas razones por las cuales sucede esto, como puede ser por comodidad, por gusto, por falta de personas interesadas, entre otros. Sin embargo, se aprecia

que considerablemente, existen personas que asistirían con una o dos más y en última instancia queda el hecho de que los clientes puedan o quieran asistir a dicha sala, con tres personas o más.

### Figura 30

#### *Compañía de los clientes reales para asistir a una sala de fuerza*

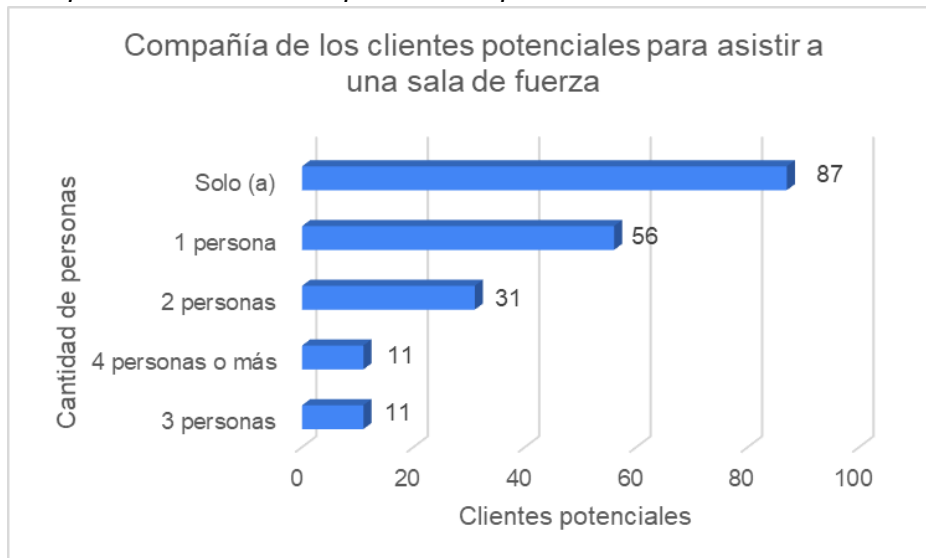


Los clientes reales encuestados son 58 personas. Elaboración propia, 2025.

Por su parte, en los clientes potenciales el hecho de asistir solos a la sala de fuerza predomina, con un resultado de 87 personas, así como los que asistirían con una persona, dado que son 56 los encuestados, es claro que la compañía de dos, tres o más personas es menos posible, por diversas razones que dependen de las posibilidades.

**Figura 31**

*Compañía de los clientes potenciales para asistir a una sala de fuerza*



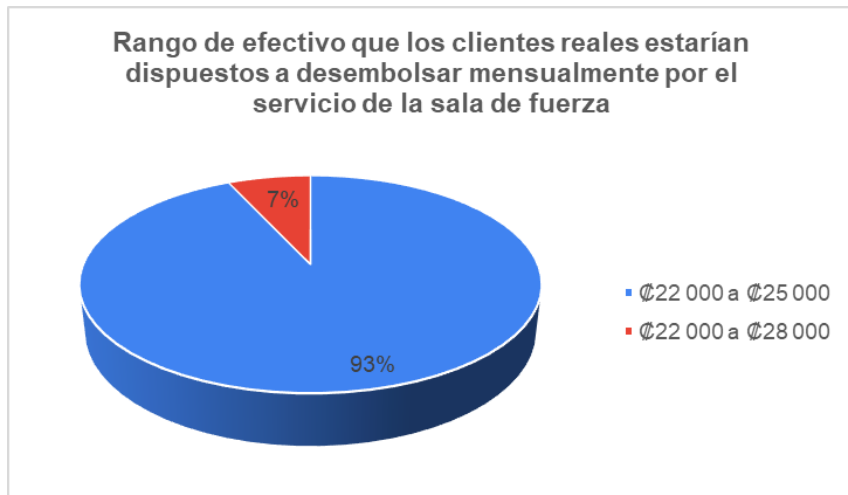
Los clientes potenciales encuestados son 196 personas. Elaboración propia, 2025.

#### **4.3.6. Mensualidad**

Con base en lo expresado por los responsables, la cuota mensual mínima por el servicio de la sala de fuerza sería de ₡22 000 y la máxima de ₡30 000; por ello se efectuó la consulta a los encuestados, sobre el rango efectivo que estarían dispuestos a pagar por esta zona de entrenamiento. Para ello se les propusieron tres opciones las cuales son: de ₡22 000 a ₡25 000, de ₡22 000 a ₡28 000 y de ₡22 000 a ₡30 000. La mayoría de los clientes reales encuestados se inclinó por la mensualidad dentro del menor rango de efectivo, es decir, el de ₡22 000 a ₡25 000.

**Figura 32**

*Rango de efectivo que los clientes reales estarían dispuestos a desembolsar mensualmente por el servicio de la sala de fuerza*

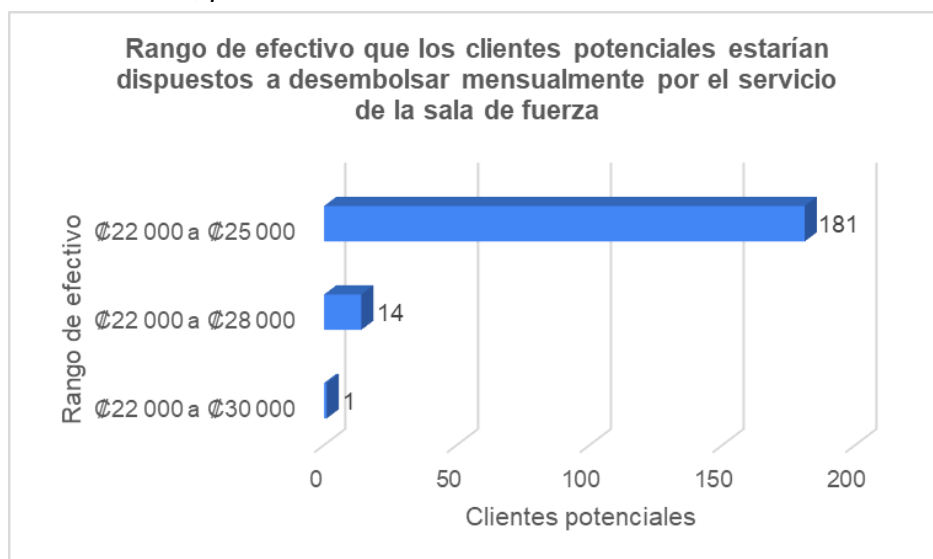


Los clientes reales encuestados son 58 personas. Elaboración propia, 2025.

Esta misma consulta se le realizó a los clientes potenciales encuestados, los cuales en su mayoría optaron por la cuota mensual de C22 000 a C25 000, lo mismo que los clientes reales.

**Figura 33**

*Rango de efectivo que los clientes potenciales estarían dispuestos a desembolsar mensualmente, por el servicio de la sala de fuerza*

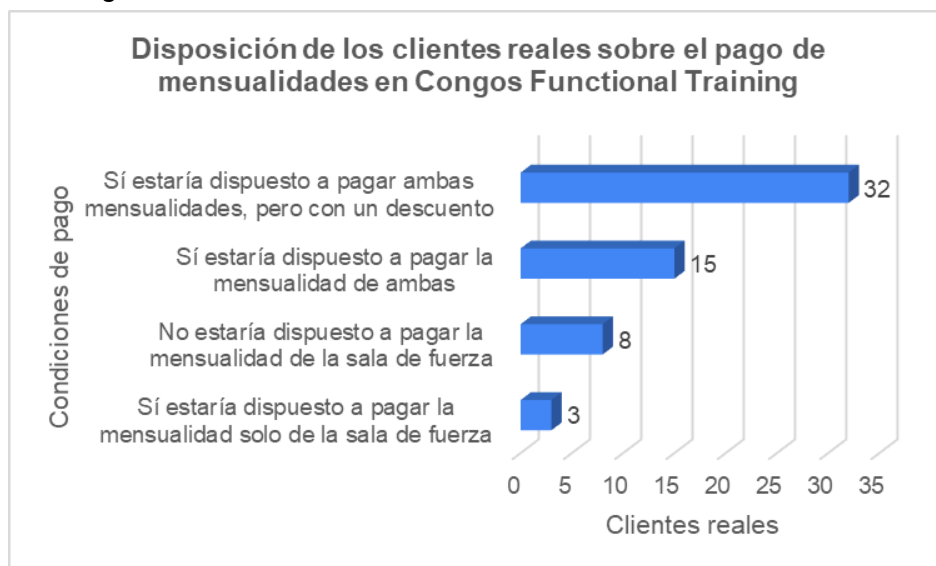


Los clientes potenciales encuestados son 196 personas. Elaboración propia, 2025.

Resulta importante conocer, si los clientes están dispuestos a pagar, tanto la mensualidad del gimnasio funcional como el de la sala de fuerza, lo cual a su vez permite averiguar, si es del agrado de los clientes pagar ambas cuotas mensuales a un precio especial. Como se mencionó anteriormente, esta es una de las estrategias de comercialización que se propondrá; o bien determinar si solamente se inclinarían por el uso o rechazo de la sala fuerza. En lo que respecta a los clientes reales, la mayoría prefiere pagar ambas mensualidades, pero con un descuento, porque les posibilita utilizar la sala de fuerza y a la vez seguir con el servicio actual usado (entrenamiento funcional, yoga o acondicionamiento físico). No obstante, aunque una parte significativa de 15 clientes evidencia, que tiene el poder adquisitivo para pagar ambas mensualidades sin rebajas, ocho clientes activos del gimnasio revelan que no pagarían por el uso de la sala fuerza y solo tres indicaron que se quedarían solo con la sala de fuerza, una vez ofrecido este servicio en el gimnasio.

### Figura 34

*Disposición de los clientes reales sobre el pago de mensualidades en Congos Functional Training*



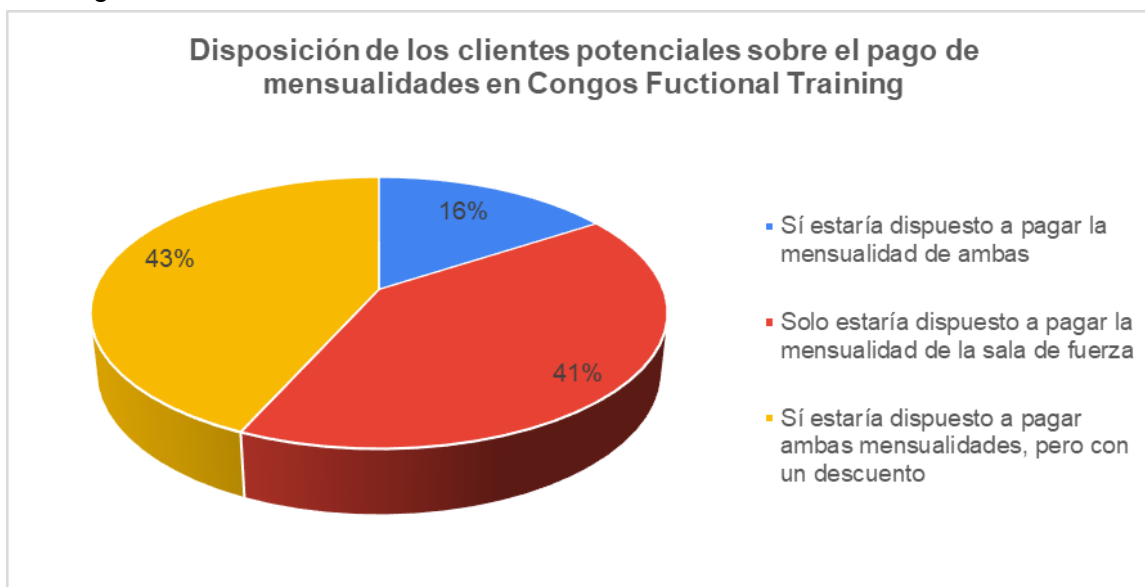
Los clientes reales encuestados son 58 personas. Elaboración propia, 2025.

En cuanto a los clientes potenciales encuestados, la mayor parte de ellos (43 %) está dispuesta a pagar ambas mensualidades, con un descuento, para aprovechar el uso de la sala

de fuerza y el de otro de los servicios actuales de este gimnasio funcional; no obstante, un segmento importante, que representa el 41 % del total de encuestados, solo pagaría la cuota mensual de la sala de fuerza. En otras palabras, solamente asistirían a este gimnasio por el servicio de la sala de fuerza y solo el 16 % tiene el poder adquisitivo para pagar las dos mensualidades, sin una reducción monetaria.

### Figura 35

*Disposición de los clientes potenciales sobre el pago de mensualidades en Congos Functional Training*



Los clientes potenciales encuestados son 196 personas. Elaboración propia, 2025.

## CAPÍTULO 5

### Propuesta, conclusiones y recomendaciones

#### 5.1 Propuesta

En el presente trabajo, respecto al gimnasio Congos Functional Training, se plantea como propuesta desarrollar un plan de comercialización, que especifica las estrategias para ofrecer y promocionar el nuevo servicio de sala de fuerza, el cual permita su lanzamiento efectivo y aceptación del mercado meta, al igual que el establecimiento de KPI, para un mejor control de la operatividad del negocio. Asimismo, se presentará la estructura de capital recomendada y la fuente de financiamiento propuesta para obtener un préstamo accesible, así como diferentes herramientas financieras, que ayuden en el análisis y toma de decisiones, del propietario y la administradora del negocio en estudio.

##### **5.1.1. Justificación de la propuesta**

Con este trabajo, enfocado en la apertura de la sala de fuerza, se pretende satisfacer la necesidad de los propietarios del negocio por ofrecer un servicio diferente que genere una mayor rentabilidad. Esto se logrará por medio de un plan de inversión y comercialización, involucrando temas importantes como la innovación, la inversión, el deporte y la salud, siendo una buena combinación y oportunidad para crecer empresarialmente, logrando ampliar su oferta y sobre todo la atracción de nuevos clientes interesados en el nuevo servicio, de modo que esto representa una oportunidad de negocio importante, para poder desarrollarse, ganar un mejor posicionamiento en el mercado y contribuir con el mejoramiento físico de las personas interesadas en el nuevo servicio.

##### **5.1.2. Objetivo de la propuesta.**

La propuesta del presente trabajo se encuentra fundamentada en los siguientes dos objetivos:

Proponer un plan de comercialización, que incremente la venta para la sala de fuerza en Congos Functional Training, ubicado en Paso Tempisque.

Identificar las fuentes de financiamiento, y sus costos, que pueda aprovechar Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque.

### **5.1.3 Metodología de la propuesta**

Para la elaboración de una sala de fuerza en Congos Functional Training se plantea como propuesta la elaboración de un plan de comercialización, iniciando con un análisis de mercado, que permitirá comprender el entorno en el que operará el gimnasio, incluyendo la segmentación y análisis de clientes, para identificar sus características, necesidades y preferencias, conocer la competencia y las tendencias que se pueden presentar en el mercado, además de la proposición de objetivos medibles y alcanzables, para las acciones de *marketing* y ventas.

Asimismo, se desarrollarán estrategias de *marketing* basadas en las cuatro P (producto, precio, plaza y promoción) para planificar el posicionamiento y la venta del servicio, definiendo qué se ofrece, cuánto vale, así como los canales y medios usados para hacer llegar el servicio a los clientes. Seguidamente, se identificarán los indicadores clave de rendimiento del gimnasio, para mejorar la eficiencia operativa.

Por otra parte, se realizará la identificación de las fuentes de financiamiento, para que el propietario obtenga la mejor opción de préstamo y se utilizarán herramientas financieras, las cuales permitirán tomar decisiones informadas, respecto a la ejecución del proyecto y su gestión operativa y financiera a corto, mediano y largo plazo.

### **5.1.4 Estrategias propuestas**

#### **5.1.4.1. Plan de comercialización.**

##### **5.1.4.1.1. Análisis de Mercado.**

###### **5.1.4.1.1.1. Segmentación del Mercado.**

**5.1.4.1.1.1.1. Demográficos.** En este segmento, el mercado meta lo constituyen hombres y mujeres entre las edades de 15 a 65 años, con un nivel de educación desde primaria completa hasta universidad completa.

**5.1.4.1.1.1.2. Socioeconómico.** Las ocupaciones que frecuentemente desempeñan los clientes están relacionadas con áreas administrativas, trabajo independiente, áreas de salud, ingenio, educación, labores domésticas, entre otros., las que generan ingresos de ₡367 000 o más, de modo que son personas económicamente activas.

**5.1.4.1.1.1.3. Geográficos.** El mercado meta está ubicado en Palmira, Paso Tempisque, Los Jocotes y Filadelfia centro, lugares que se encuentran en el cantón de Carrillo, Guanacaste.

**5.1.4.1.1.1.4. Psicográficos.** El estilo de vida de las personas que asisten a una sala de fuerza es el de personas activas que priorizan su bienestar, mejorar su condición física, lograr cambios físicos específicos, disfrutan mucho el ejercicio, la interacción con otras, relajarse y desestresarse.

**5.1.4.1.1.1.5. Conductuales.** Las personas que concurren a una sala de fuerza buscan servicios como entrenamiento funcional, acondicionamiento físico, yoga y entrenamiento convencional. Se caracterizan por una asistencia frecuente.

**5.1.4.1.1.2. Análisis de la Competencia.** Toda empresa debe identificar quiénes son sus competidores directos e indirectos; esto ayuda a reconocer las similitudes y diferencias de los servicios o productos ofrecidos, en relación con los de su competencia, de manera que le puede permitir establecer estrategias y acciones, capaces de asegurar una mejora continua.

En el caso de Congos Functional Training, Carlos López y Ruth Marín, propietario y administradora respectivamente (comunicación personal, 08 de abril, 2025), expresaron en la entrevista realizada, que no tienen un competidor directo que ofrezca los mismos servicios que ellos. Aunque algunos han intentado incorporar rutinas de ejercicio con cierta similitud a su

sistema de entrenamiento, se puede considerar que sus servicios mantienen un destacable nivel de diferenciación, con respecto a los gimnasios de la zona.

Por consiguiente, los sujetos entrevistados consideran, que actualmente se enfrentan a competidores indirectos, quienes han utilizado como estrategia para distinguirse, el ofrecimiento de mensualidades más bajas. Entre ellos, el más similar a sus servicios que se encuentra en Paso Tempisque es Booster. Los otros dos gimnasios que aplican un enfoque más convencional corresponden a Gran Fit Gym ubicado en Filadelfia y Gym donde Jason, en Comunidad.

No obstante, para la presente investigación, a pesar de la información recabada en la entrevista, se tomará como competencia directa el gimnasio Booster, dado que es funcional al igual que Congos Functional Training y como servicios sustitutos el gimnasio Gran Fit Gym ubicado en Filadelfia y Gym donde Jason en Comunidad, puesto que a pesar de que son gimnasios, lo son de índole convencional y no funcional. Resulta relevante señalar, que es de reciente apertura un gimnasio convencional en Filadelfia llamado Fitness Club, sin embargo, durante la entrevista no se abordó.

Otros aspectos también mencionados, de que los diferencian, radican en que los *coaches* ofrecen una atención al cliente personalizada y cuentan con una capacitación muy completa, porque ambos son gestores deportivos y administradores, lo que les permite brindar una asistencia al cliente más individualizada y oportuna a sus necesidades e intereses, así como una dirección estratégica, que le permita al gimnasio adaptarse a las tendencias *fitness* que va imponiendo la industria.

A continuación, se presenta un cuadro comparativo con datos relevantes de cada uno de los gimnasios mencionados:

**Tabla 15**

*Tabla comparativa del gimnasio en estudio y de su competencia*

<b>Aspectos relevantes</b>	<b>Congos Functional Training</b>	<b>Booster</b>	<b>Grant Fit Gym</b>	<b>Gym donde Jason</b>	<b>Fitness Club</b>
<b>Ubicación</b>	Paso Tempisque	Paso Tempisque	Filadelfia centro	Comunidad	Filadelfia centro
<b>Horario de atención</b>	Lunes a viernes de 5:30 a.m. a 10:15 a.m. y de 4:45 p.m. a 8:15 p.m.	Lunes a viernes 6:00 a.m. a 9:30 a.m. y de 5:00 p.m. a 9:00 p.m.	Lunes a viernes de 6 am a 12 p.m. y de 2 p.m. a 9:30 p.m. Sábados de 8 a.m. a 1 p.m.	Lunes a viernes de 6:00 a.m. a 12:00 p.m. y de 3 p.m. a 9 p.m. Domingos de 8:00 a.m. a 12:00 p.m.	Lunes a viernes de 5:00 am a 9:30 pm. Sábados de 7:00 am a 12:00 p.m.
<b>Matrícula y cuotas</b>	Cuota mensual de ₡32 000 y matrícula ₡20 000	Mensualidad ₡32 000 y sin matrícula.	-Por día ₡2000 -Por semana ₡6 000 -Por quincena ₡10 000 -Por mes ₡18 000	-Plan mensual ₡20 000 y ₡5 000 de matrícula. -Plan quincenal ₡15 000 y sin pago de matrícula. -Plan trimestral ₡45 000 y sin matrícula.	₡24 500 sin pago de matrícula.
<b>Servicios ofrecidos</b>	Entrenamiento funcional, hipertrofia, entrenamiento de fuerza, <i>cross training</i> , yoga y acondicionamiento físico.	Entrenamiento funcional.	Entrenamiento convencional.	Entrenamiento convencional.	Entrenamiento convencional.

Datos obtenidos a través de redes sociales. Elaboración propia, 2025.

**5.1.4.1.1.3. Análisis de Clientes.** La población que asiste a una sala de fuerza busca diversas cosas, pero la mayor parte de sus necesidades se puede definir como mejorar la salud con una buena condición, aumento de fuerza y reducir el estrés. Para ello es necesario un

buen asesoramiento, rutinas efectivas para ver resultados rápidos en el acondicionamiento, tonificación o hipertrofia, apoyo y motivación de parte del personal, sea recibir consejos sobre la alimentación y rutinas, equipo de buena calidad, así como servicios adicionales como clases de yoga o nutrición.

La preferencia por un gimnasio en particular varía, por razones de cercanía del gimnasio, la flexibilidad de horarios que se ajustan a las necesidades y las rutinas según el interés de cada cliente, precios accesibles, un espacio limpio y ordenado con un ambiente agradable, todos detalles que contribuyen a alcanzar los objetivos de manera efectiva y cómoda. Es importante mencionar, que son personas que se encuentran activas en sus redes sociales, las cuales mayormente usan los medios como Instagram, Facebook y WhatsApp para sus interacciones.

**5.1.4.1.1.4. Tendencias del Mercado.** Actualmente, en el mundo del *fitness* existen diferentes patrones presentes en la vida y rutinas de las personas, haciendo que sean tendencia y que cada vez se repitan con mayor frecuencia, lo cual puede influir en gran manera en el funcionamiento de esta sala de fuerza, algunos ejemplos de estas tendencias son la inteligencia artificial integrada al *fitness*, que se traduce básicamente en la creación de planes de ejercicio en tiempo real. Por otra parte, la sostenibilidad, enfocada en la conciencia de lo sostenible y el impacto ambiental, incrementa cada vez más, la demanda de productos y servicios ecoamigables.

Además, el entrenamiento funcional y multidisciplinario se está impulsando considerablemente, puesto que el entrenamiento funcional y la combinación de diferentes disciplinas han tomado, cada vez más interés en las personas. Otro aspecto importante es, el aumento de la tendencia de entrenamientos al aire libre, como lo pueden ser las carreras, entre otros. Finalmente, cabe destacar el *fitness* como elemento creador de comunidad,

es decir, cada vez más personas realizan actividades, con el fin de socializar en grupo como una forma de conectar con la familia, los amigos y el entorno social, haciendo que aumente el número de personas que recurren al *fitness*.

#### **5.1.4.1.5. Definición de Objetivo.**

El siguiente objetivo guiará las acciones de *marketing* y ventas, que se propondrán para ofrecer con efectividad el nuevo servicio de la sala de fuerza:

Proponer un plan de comercialización que incremente la venta para la sala de fuerza en Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque.

#### **5.1.4.1.6. Estrategias de Marketing.**

Las estrategias de *marketing* serán propuestas, con base en la mezcla de mercado, que se detallarán a continuación:

##### **5.1.4.1.6.1. Producto.**

**5.1.4.1.6.1.1. Compra de máquinas de fuerza para los diferentes grupos musculares y equipo mínimo de emergencia.** La adquisición de máquinas especializadas de fuerza forma parte, del plan de inversión de Congos Functional Training, para ofrecer una mayor variedad de servicios en sus instalaciones, con la creación de una sala de entrenamiento equipada de forma moderna y funcional.

Con base en ello, tras la aplicación de un cuestionario a clientes reales y potenciales, se decidió que una de las recomendaciones debe ser, que la sala de fuerza debe contar con equipos variados que trabajen todos los grupos musculares, tomando en cuenta los bíceps, tríceps, piernas, glúteos, pecho, espalda, trapecio, hombros, cuádriceps además de pantorrillas, de modo que las máquinas seleccionadas por el propietario y la administradora fueron las adecuadas para cumplir y responder a las demandas del mercado actual en cuanto a entrenamiento de fuerza, tomando en cuenta dicha recomendación. Adicionalmente, para cumplir con los lineamientos del Ministerio de Salud se comprarán dos extintores, un botiquín de emergencia y señalizaciones.

**5.1.4.1.6.1.2. Construir una zona outdoor con un espacio adecuado para la sala de fuerza.** Las instalaciones de la sala de fuerza de Congos Functional Training tendrán una temática *outdoor*, es decir, es todo lo que no está en una estructura cerrada, sino que se desarrolla en un entorno natural en un espacio abierto, con techo, paredes, piso de cemento que se cubre con hule para que el equipo y el suelo no se deterioren. Este espacio va a ser un lugar amplio, con medidas de seis metros cuadrados por diez metros cuadrados para que se distribuyan de manera adecuada las máquinas que se van a usar, de modo que los clientes puedan efectuar los ejercicios cómodamente.

**5.1.4.1.6.1.1.3. Capacitación de los coaches para el ofrecimiento de servicio de la sala de fuerza.** Los entrenadores de Congos Functional Training se encuentran capacitados debido a que han realizado estudios relacionados con actividad física y deportes; sin embargo, siempre es importante que se mantengan informados y actualizados, es decir, que busquen recibir capacitaciones frecuentes, sobre las últimas tendencias y metodologías de entrenamiento en gimnasio, especialmente relacionadas con la sala de fuerza que será un nuevo método de enseñanza en el negocio.

Con esto se busca, fomentar una cultura de actualización constante que les permita estar al día con las innovaciones del sector *fitness*, para garantizar a los clientes un servicio de calidad, seguro y que sea acorde a sus expectativas.

**5.1.4.1.6.1.1.4. Alianzas estratégicas con nutricionistas y fisioterapeutas.** Para Congos Functional Training sería de gran ayuda aliarse con nutricionistas y fisioterapeutas, para brindar servicios complementarios, que le agreguen un valor adicional a la experiencia de los clientes, al contar con profesionales que guíen su alimentación y brinden una consultoría de prevención y rehabilitación entre otros beneficios; esto permitirá que el gimnasio sea reconocido, como un espacio integral donde se puede realizar ejercicio y a la vez, recibir un asesoramiento relacionado con su salud.

La estrategia consiste, en que el servicio de los profesionales será pagado directamente por los clientes y el gimnasio solo será el encargado de facilitar y coordinar con los profesionales, las citas de los interesados, para que los especialistas lleguen al gimnasio a brindar la atención médica.

**5.1.4.1.6.1.1.5. Retos deportivos.** Otra de las estrategias que la sala de fuerza puede aplicar es la creación de retos, sea diarios, mensuales o trimestrales; en otras palabras, serán incentivos para convencer a los clientes de que sí se puede y todo está en la mente, los retos diarios y mensuales serán gratuitos y consistirán en realizar una rutina, con la mayor cantidad de series posibles en un tiempo determinado, para medir la condición y resistencia de cada una de las personas, forjando una sana convivencia y competencia entre los clientes, así como el compromiso de asistir al gimnasio.

En cuanto a los retos trimestrales, serán desafíos especiales que consistirán en alcanzar resultados como tonificar, bajar de peso y llevar un control de alimentación de manera rápida. Estos serán pagados y quienes participen obtendrán beneficios como asesorías personalizadas, seguimiento del progreso y las rutinas de semana a semana.

#### **5.1.4.1.6.2. Precio.**

**5.1.4.1.6.2.1. Mensualidad del servicio de la sala de fuerza.** Se le plantea al gimnasio Congos Functional Training ofrecer la sala de fuerza por una mensualidad de ₡25 000 como máximo, debido a que la mayoría de los clientes reales y potenciales encuestados asistirían a la sala de fuerza si la cuota mensual se encuentra dentro el rango de ₡22 000 a ₡25 000 (ver análisis y figuras 32 y 33).

**5.1.4.1.6.2.1. Ofrecer las mensualidades de la sala de fuerza y del gimnasio funcional con un descuento, "Paquete Fit".** Muchos usuarios activos del gimnasio Congos Functional Training, así como clientes potenciales encuestados, mostraron interés en utilizar el servicio de la sala de fuerza, junto a otro de los servicios actuales del gimnasio, pero por razones de su poder adquisitivo no podrían pagar la mensualidad de ambos servicios (ver

análisis y figuras 34 y 35), por tal motivo, se propone ofrecer ambas mensualidades con un descuento, es decir, un paquete de servicios, lo que posibilitaría la afiliación de ambos servicios.

La cuota mensual actual de este gimnasio funcional es de ₡32 000 y el máximo que la mayoría de los clientes reales y potenciales pagaría por la mensualidad de la sala de fuerza corresponde a ₡25 000, lo que suma entre las dos mensualidades ₡57 000. Se le presentó la propuesta a Carlos López y Ruth Marín, propietario y administradora del gimnasio respectivamente (comunicación personal, 28 de marzo, 2025), a lo que ellos expresaron que la mensualidad con ambos servicios podría ofrecerse a ₡45 000 para lograr así la captación de los clientes.

#### **5.1.4.1.6.3. Plaza.**

**5.1.4.1.6.3.1. Abrir una cuenta de Facebook.** Como se mencionó en el capítulo cuatro mediante la técnica de la encuesta, muchos clientes utilizan la red social Facebook; sin embargo, este emprendimiento no cuenta con ese recurso, por lo que se recomienda que se elabore una página empresarial, diseñada para promocionar los servicios, gestionar la marca y así alcanzar los objetivos de *marketing*, demostrando un contenido interactivo, publicaciones frecuentes, historias de cómo es el gimnasio, el funcionamiento de la sala de fuerza y el detalle de los demás servicios.

**5.1.4.1.6.3.2. Establecer un horario amplio y flexible.** El gimnasio tiene horarios específicos para la atención de los clientes; sin embargo, existen personas que trabajan en horarios que les dificulta asistir al gimnasio, incluso para el último horario, por lo cual, se propone ampliar el horario, de 8:30 p.m. a 9:30 p.m. y abrir los sábados medio tiempo, a fin de ajustarse a los horarios de trabajo de las personas que salen tarde y aumentar la capacidad de la sala de fuerza.

También es importante considerar, la inclusión del *open box* en ciertos horarios, es decir, las horas en las que se tiene acceso a las instalaciones y al material del gimnasio, pero

no hay clase dirigida específica y así brindar al cliente la oportunidad, de usar la sala de fuerza a su gusto.

**5.1.4.1.6.4. Promoción.** Para el desarrollo de las estrategias dirigidas a la promoción de la sala de fuerza, se utilizó como insumo la encuesta realizada a los clientes reales y potenciales, mediante consultas sobre estrategias que serían de su agrado y con base en su preferencia y viabilidad, se propusieron las estrategias que se explicarán a continuación. Una mención relevante es, que la estrategia de descuento considerada en la consulta hecha a los encuestados, solo se considerará en el Paquete Fit propuesto, en el elemento de precio de la mezcla de mercado (ver pág.116-117), sin embargo, el propietario y la administradora pueden considerar otras formas de aplicarla, en algún momento viable o pertinente después de la apertura, como en meses con fechas festivas.

**Figura 36**

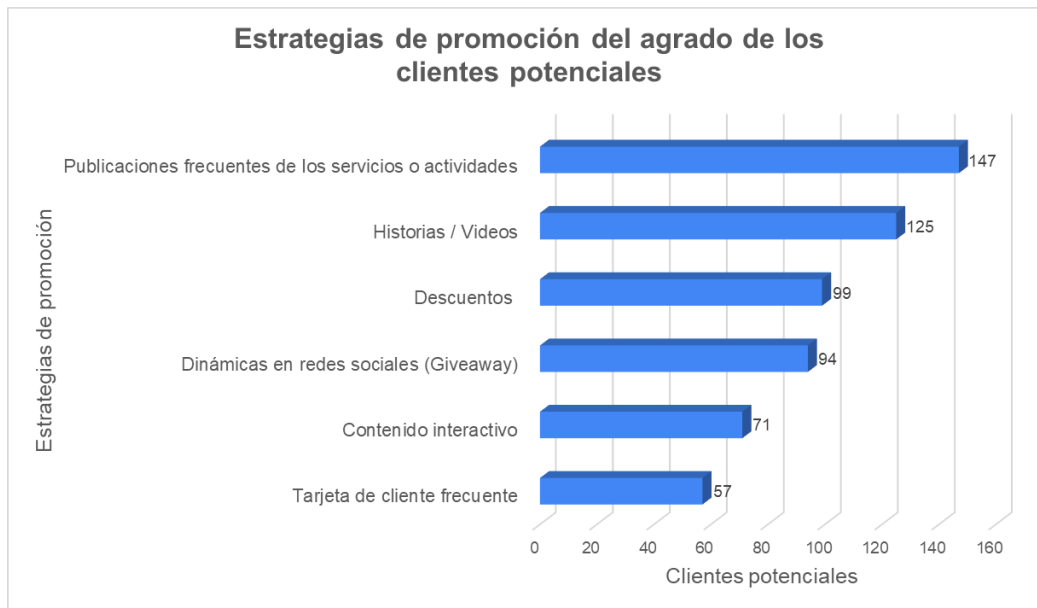
*Estrategias de promoción del agrado de los clientes reales.*



Los clientes reales encuestados son 58 personas. Elaboración propia, 2025.

**Figura 37**

*Estrategias de promoción del agrado de los clientes potenciales*



Los clientes potenciales encuestados son 196 personas. Elaboración propia, 2025.

**5.1.4.1.6.4.1. Estrategias de promoción.** Para promocionar la sala de fuerza se propone la realización de diferentes actividades o métodos, a fin de ganar reconocimiento y satisfacer a los clientes, dado, que de acuerdo con la encuesta realizada a los clientes reales y potenciales, se nota la inclinación al interés por tener mayor comunicación con el gimnasio en la redes sociales (ver figura 36 y 37), por medio de publicaciones, historias, videos, entre otros, en general, pretenden que se genere una mayor interacción con el público por medio de diferentes actividades como los *giveaways* y la tarjeta de cliente frecuente.

Por ejemplo, un *giveaway* en Instagram o Facebook, cuyo premio puede ser una clase gratis o un suplemento deportivo, por medio de la metodología que se suele utilizar en la mayoría de los casos, seguir la cuenta del gimnasio, etiquetar amigos que la sigan y subir la publicación en sus historias, esto ayuda a que también la rifa sea una estrategia que sirva para que otros conozcan al gimnasio y la sala de fuerza, es decir, también tendría el propósito de publicidad.

Además, aplicar la tarjeta de cliente frecuente, que consiste en dar a los clientes una tarjeta para completar con *stickers*, los cuales se den cada vez que se visite el gimnasio y se cumpla con la rutina diaria (por horario). Se pueden aplicar filtros para limitar los favorecidos, de manera que resulten ganadores quienes hayan completado todos los espacios con los *stickers* y entregar un premio que puede ser una camisa o una botella con el logo del gimnasio, entre otros.

Es importante señalar, que el dinero requerido para estrategias de promoción las cuales se aplicarán a principios del primer año de operación de sala de fuerza; se incluirá en la inversión inicial del presente plan de inversión; sin embargo, si los encargados lo consideran pertinente, pueden seguir aplicándolas con regularidad en los siguientes años.

**5.1.4.1.6.4.2. Marketing de contenidos.** Es una estrategia muy efectiva y atractiva para los usuarios de redes sociales, lo que se comprueba con la encuesta realizada, dado que se evidencia una clara y destacable preferencia, por parte de la mayoría de los clientes reales y potenciales, respecto a obtener información sobre el gimnasio Congos Functional Training y su sala de fuerza, a partir de publicaciones frecuentes y de historias o videos. Una parte significativa de ellos mostró interés por el contenido interactivo, que les permite una conexión más cercana con el negocio (ver figuras 36 y 37). Por ello, se propone que brinden contenido valioso y relevante como datos curiosos o información breve acerca del gimnasio y la sala de fuerza o de temas de interés, a través de publicaciones recurrentes.

De igual manera, se sugiere difundir videos o publicaciones sobre testimonios de clientes, vista previa (*tour virtual*) de las instalaciones de la sala de fuerza, breves demostraciones de las rutinas, errores comunes vs. forma correcta de usar una máquina de fuerza, así como de situaciones divertidas y cotidianas que suceden en el gimnasio. Por último, se puede utilizar la gamificación (contenido interactivo), que consiste en dinámicas de preguntas llamativas y curiosas en las redes sociales, para interactuar con los clientes e incluso, con estas se obtiene información relevante de ellos. En fin, con el *marketing* de

contenidos se procura crear y solidificar el *engagement* (compromiso de los clientes con la marca).

#### **5.1.4.1.7. KPI**

**5.1.4.1.7.1 Asistencia media a las clases colectivas.** Este KPI mide, cuántas personas en promedio asistirían a las clases grupales ofrecidas en el gimnasio Congos Functional Training, ya sea las clases de entrenamiento funcional, acondicionamiento físico, sala de fuerza, entre otros tipos. Al utilizar este KPI se “determinará el punto de equilibrio y la rentabilidad de cada clase, lo que le permitirá ajustar la oferta y la frecuencia de las clases según corresponda” (Dressler, 2021, párr.4). Es decir, se podrá identificar qué clases son las más elegidas por los clientes y cuáles necesitan una estrategia diferente.

**5.1.4.1.7.2 Tasa de retención de clientes.** Este indicador “mide el porcentaje del total de miembros retenidos al final de cada período de informe” (Dressler, 2021, párr.5), por lo que le permitiría a Congos Functional Training conocer cuántos de sus clientes actuales siguen recibiendo el servicio, después de un periodo de tiempo determinado, ya sea de forma semestral, trimestral o anual. Con este KPI se puede medir la satisfacción, es decir, si continúan asistiendo es porque consideran que el servicio es eficaz y por lo contrario, si el índice de retención es bajo, será necesario identificar las causas y tomar medidas correctivas para evitar desafiliaciones.

**5.1.4.1.7.3 Ingreso por cliente.** Al poner en práctica este KPI es muy beneficioso y para Congos Functional Training lo es en mayor medida, debido a que de acuerdo con Dressler (2021), se trata de un monitoreo interno, que se calcula dividiendo los ingresos anuales entre la cantidad de clientes, para determinar de manera rápida, si la cantidad de clientes con que se cuenta anualmente, es ventajosa para el emprendimiento, es decir, si se justificaría crear y establecer estrategias claras y objetivos concisos, en relación con la sala de fuerza, para aumentar la captación de clientes.

**5.1.4.1.7.3 Margen de beneficio.** Según el autor mencionado anteriormente, el margen de beneficio funciona como una herramienta fundamental, para medir datos numéricos del negocio, por ejemplo, en términos de ventas permite conocer la disponibilidad de dinero, después de cubrir los costos de operación y en general brinda un mejor panorama para identificar, cuáles son las áreas más rentables del negocio, en este caso, la sala de fuerza de Congos Functional Training, así como las que presentan deficiencias, donde hay que tomar medidas para corregir ciertos aspectos, que pueden estar representando un gasto innecesario.

**Interacción en Redes Sociales:** Este KPI mide el total de interacciones que tiene cada perfil social de la empresa, para ello, Llopart (2023) indica que existen distintos indicadores; entre los más utilizados y efectivos están el número de seguidores, el número de “Me gusta” en las publicaciones, los comentarios tanto positivos como negativos, ya que ambos generan información relevante a partir de lo percibido por los usuarios y los compartidos que significan que el contenido de la empresa está llegando a otras personas. Con estas métricas, Congos Functional Training puede verificar su efectividad para interactuar con los usuarios de redes sociales, lo que les ayudará a mejorar con el fin de propiciar un sólido compromiso con la marca y una mayor captación y retención de clientes.

#### **5.1.4.2. Análisis de las fuentes de financiamiento**

**5.1.4.2.1. Fuentes de financiamiento.** En este apartado, se presentarán algunas de las fuentes de financiamiento disponibles en el mercado financiero costarricense, para la adquisición de préstamos por parte de los emprendimientos, en este caso, Congos Functional Training, los cuales serán posteriormente analizados, para escoger uno para la propuesta.

##### **5.1.4.2.1.1. Fuentes del SBN**

**5.1.4.2.1.1.1. Banco Popular y de Desarrollo Comunal.** Este Banco es una fuente de financiamiento llamativa para el negocio, ya que brinda créditos empresariales; tal es el caso del Crédito Sector Pequeña y Mediana Empresa (PYMES) Prendaria (Aval FODEMIYME) que ofrecen una tasa de interés de 15,26 % con un plazo de cinco años para un monto de

\$16 428,99 con una cuota mensual de \$393,09. Es importante considerar, que este cálculo es únicamente utilizado para tomar una decisión, dado que no toma en cuenta otros aspectos financieros que influyen en esta y en el monto total de la deuda, como lo son las garantías, seguros, gastos de formalización, entre otros, los cuales dependen de cada cliente en particular.

**5.1.4.2.1.1.1.1. Requisitos del financiamiento.** El Banco Popular y de Desarrollo Comunal (BPDC, 2025) señala que se debe cumplir con una serie de requisitos y a su vez disfrutar de beneficios. Estos se detallan a continuación:

El crédito empresarial ofrecido por esta entidad financiera, a los emprendedores registrados como personas jurídicas, les solicita información, como la siguiente:

- Documento de identificación del representante legal. El cliente debe contar con la política conozca a su cliente vigente.
- Personería jurídica vigente, acta constitutiva, permisos de funcionamiento, patentes, concesiones, contratos relacionados con la actividad y vigentes.
- Detalle de ingresos y gastos, estados financieros (cuando corresponda).
- Información relacionada con la garantía ofrecida
- Especificación del plan de inversión y monto.
- Se podrá solicitar otro tipo de información según la naturaleza de la actividad, tipo de garantía y plan de inversión.
- Completar el formulario de solicitud.

**5.1.4.2.1.1.2. Banco de Costa Rica.** Para Congos Functional Training es importante, contar con medios financieros tanto atractivos como estables y el Banco de Costa Rica pone a disposición, buenas opciones de financiamiento como el Crédito de Aceleración de Empresas, con una tasa de interés de 6,27 % por un plazo de cinco años, para un monto aproximado de

\$16 428,99 con una cuota de \$319,69. Por otra parte, este monto no considera el de las pólizas.

**5.1.4.2.1.1.2.1. Requisitos.** Para obtener un préstamo del Banco de Costa Rica se requiere, que el gimnasio en estudio cumpla con ciertos requisitos, los cuales son los siguientes:

- Llenar el respectivo formulario que le ofrece el BCR.
- El estudio de crédito debe ser complementado de un informe, para comprobar si la condición de mipyme se encuentra, en conformidad con los parámetros estipulados con la ley.
  - Las personas que solicitan este crédito no deben tener deudas con la seguridad social (CCSS, entre otros.)
  - La Banca deberá realizar un análisis con respecto a los grupos de interés económico, con el propósito de que el financiamiento se conceda de manera correcta a los beneficiarios y sectores, solicitados de acuerdo con la ley.
  - Contar con una cuenta sea corriente o de ahorros activa.

**5.1.4.2.1.1.3. Banco Nacional.** El Banco Nacional de Costa Rica es otra de las opciones del Sistema Bancario Nacional, que pone a disposición créditos flexibles por un plazo máximo de cinco años, para el financiamiento requerido para las micro, pequeñas y medianas empresas del país. Con base en el Crédito BN Pyme Fácil brindado por el Banco Nacional de Costa Rica (BN, 2025), si el gimnasio Congos Functional Training solicita un crédito de \$16 428,99 a un plazo de cinco años, a dicha deuda se le aplicaría una tasa de interés del 12,77 %, que resultaría en una cuota mensual de \$371,88. Es importante señalar, que dicha información representa una referencia para ayudar a los emprendedores en la toma de decisiones; sin embargo, dichas condiciones podrían variar, dependiendo de las características propias del solicitante y de aspectos como la garantía, comisiones y seguros que se requieran.

**5.1.4.2.1.1.3.1. Requisitos de financiamiento.** Para que el gimnasio Congos Functional Training acceda a un Crédito Pyme, el Banco Nacional de Costa Rica (BN, 2025) señala que deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- Tener buen conocimiento de la actividad.
- Información de los ingresos y gastos del negocio.
- Facilitar la descripción de la empresa y una justificación del motivo de solicitud del financiamiento.
- Permisos y contratos requeridos para la buena operatividad del negocio.
- Una garantía de respaldo para el banco, que puede ser una hipoteca, pagaré, prenda, fiadores, inversiones, fondo de garantía del Sistema de Banca para el Desarrollo.

Si el emprendimiento posee personería jurídica deberá presentar:

- Personería jurídica vigente.
- Copia de cédula de identidad del representante legal de la empresa.
- Certificación de composición accionaria junto con la autorización de la Asamblea de Socios para adquirir la deuda.
- Información financiera.

**5.1.4.2.1. Elección de la fuente de financiamiento.** Una vez presentadas las diferentes alternativas de financiamiento, con sus requisitos y condiciones, se selecciona el Crédito de Aceleración de empresas del Banco de Costa Rica, dado que este préstamo ofrece la tasa de interés más baja (6,27%) en comparación con las otras entidades financieras, al igual que, existe una mayor facilidad de acceso al crédito, porque exige pocos requisitos.

**5.1.4.3. Cotizaciones.** En este apartado, se encuentran las cotizaciones de los activos e insumos que se utilizarán para la construcción y equipamiento de la sala de fuerza, así como el valor de los fletes requeridos para su traslado hacia Paso Tempisque, su zona de ubicación. La tabla presentada a continuación, también incluye detalles como marca, unidades por comprar y el local de compra de cada uno de ellos, al igual que el total por invertir por su adquisición.

**Tabla 16***Cotizaciones de activos requeridos*

<b>Máquina por cotizar</b>	<b>Marca</b>	<b>Tienda</b>	<b>Precio Con tipo de cambio \$511 (12/05/2025)</b>	<b>Unidade s por comprar</b>	<b>Total</b>
Polea	Valor <i>Fitness</i> BD-62 Polea Doble, alta y baja	Kaizen Store, San José.	\$430,53	5	\$2 152,64
Cinta para correr	Vattea	Kaizen Store, San José.	\$1 663,40	1	\$1 663,40
Máquina de abductor	Ganas <i>Fitness</i> interno MT- 7004 <i>Abductor &amp; Adductor</i> (DUAL)	Kaizen Store, San José.	\$1 663,40	2	\$3 326,81
<i>Press</i> de banca	Cicadex	Cicadex Store, San José.	\$390,41	2	\$780,82
<i>Press</i> de pierna	Max Tech <i>Press</i> de pierna 45 grados	Kaizen Store, San José.	\$ 1 815,60	2	\$3 631,20
<i>Chest press</i>	V <i>Fitness</i> Modelo TM01	Vita Fuerte, San José.	\$ 1 070,90	2	\$2 141,40
<i>High pull</i>	Land Remo Bajo & Jalón Alto (DUAL)	Kaizen Store, San José.	\$1 761,25	1	\$1 761,25
<i>Smith machine</i>	MUSCLE X MUS-E3063 <i>SMITH MACHINE</i>	Kaizen Store, San José.	\$ 1 643,83	1	\$ 1 643,83
Flete para traslado de máquinas y alfombra de	-	Transporte Lester Blandón	\$ 332,68	2	\$665,36

hule de San José a Paso Tempisque					
Botiquín básico de primero auxilios	-	Walmart, Liberia.	\$15,7	1	\$15,7
Extintores ABC recargable 1 Kg	-	Pequeño Mundo, Liberia.	\$10,18	2	\$20,35
Rótulo de Ruta de evacuación	-	EPA, Liberia.	\$4,29	2	\$8,59
Rótulo de Salida	-	EPA, Liberia	\$3,90	2	\$7,81
Zinc	-	Colono Construcción, Liberia.	\$13,42	30	\$402,60
Perling	-	Colono Construcción, Liberia.	\$11,18	20	\$223,64
Cumbreras	-	Colono Construcción, Liberia.	\$3,50	8	\$27,98
Tubos	-	Colono Construcción, Liberia.	\$18,99	13	\$246,84
Tornillos	-	Colono Construcción, Liberia.	\$4,93	600	\$29,61
Soldadura 332	-	Colono Construcción, Liberia.	\$9,09	3 kilos	\$27,27
Discos de cortar metal	-	Colono Construcción, Liberia.	\$1,02	3	\$3,06
Cemento	-	Colono Construcción, Liberia.	\$11,26	35	\$393,99
Arena	-	Colono Construcción, Liberia.	\$29,60	5 metros	\$147,99
Piedra	-	Colono Construcción, Liberia.	\$32,48	3 metros	\$97,44

Tablas formaletas	-	Colono Construcción, Liberia.	\$3,21	20	\$257
Transporte de Liberia a Paso Tempisque.	-	Colono Construcción, Liberia.	-	-	\$213,43
Tecas para parales	-	Compra a vendedor Eliseo Gutiérrez Gutiérrez	\$39,14	4 unidades (para ocho parales)	\$156,56
Flete para tecas de Belén de Carrillo a Paso Tempisque.	-	Transporte M&G	\$78,28	1	\$78,28
Mano de obra	-	Contrato con Héctor Vargas, trabajador independiente	-	-	\$2 152,64
Alfombra de hule para gimnasios grosor 17 mm	-	Agro Costa Rica	\$58,71	18 (125x 185 cm)	\$1 056,75
<b>TOTAL</b>					<b>\$23 334,24</b>

Las cotizaciones se encuentran en anexos. Elaboración propia, 2025.

### 5.1.5 Plan de acción de la propuesta

En este segmento se presenta, cada una de las estrategias propuestas con su respectivo planeamiento, en cuanto a la persona responsable de ejecutarla, el orden de prioridad como se aplicarán, los recursos requeridos y la inversión que cada una conlleva para ser efectuada.

**Tabla 17**

*Plan de acción de la propuesta*

<b>Estrategia</b>	<b>Responsable</b>	<b>Orden de prioridad</b>	<b>Recursos (humanos, técnicos, etc)</b>	<b>Inversión</b>
Compra de máquinas para los diferentes grupos musculares y equipo mínimo de emergencia	Propietario Carlos y Administradora Ruth	<b>2</b>	Poleas. Cintas para correr. Máquinas de abductor. Press de banca. Press de pierna Chest press	\$17 819,16

			<i>High pull</i> <i>Smith machine</i> Extintores Botiquín Señalización Flete	
Construir una zona <i>outdoor</i> con un espacio adecuado para la sala de fuerza	Propietario Carlos y Administradora Ruth	<b>1</b>	Zinc Perling Cumbreras Tubos Tornillos Soldadura 332 Discos de cortar metal Cemento Arena Piedra Tablas formaletas Transporte de materiales Alfombra de hule para gimnasios grosor 17 mm Tecas para parales Flete de tecas Mano de obra	\$5 515,08
Capacitación de los <i>coaches</i> para el ofrecimiento de la sala de fuerza.	Propietario Carlos y Administradora Ruth	<b>3</b>	Se requerirá la coordinación de los responsables, que son los entrenadores, para recibir las capacitaciones de las tendencias en el mundo <i>fitness</i> .	-
Alianzas estratégicas con nutricionistas y fisioterapeutas.	Propietario Carlos y Administradora Ruth	<b>10</b>	Será necesario que los responsables busquen y coordinen con especialistas para que atiendan a los clientes que asisten al gimnasio.	-
Retos deportivos	Propietario Carlos y Administradora Ruth	<b>9</b>	Se solicitará la colaboración de ambos <i>coaches</i> para implementar	-

			los retos que se programen.	
Mensualidad del servicio de la sala de fuerza	Propietario Carlos y Administradora Ruth	4	Se requerirá del trabajo en conjunto de los responsables para analizar lo presentado en el trabajo para la toma de decisiones sobre el precio mensual de la sala de fuerza.	-
Ofrecer las mensualidades de la sala de fuerza y del gimnasio funcional con un descuento, "Paquete Fit".	Propietario Carlos y Administradora Ruth	5	Los responsables deben definir el precio del Paquete Fit.	-
Abrir una cuenta de Facebook.	Propietario Carlos y Administradora Ruth	7	La administradora se encargará de abrir la página de Facebook.	-
Establecer un horario amplio y flexible	Propietario Carlos y Administradora Ruth	6	Se requiere del trabajo conjunto de los encargados para definir las horas y quién estará presente en el nuevo horario.	-
Estrategias de promoción (giveaway y tarjeta de cliente frecuente)	Propietario Carlos y Administradora Ruth	11	Se requiere del trabajo conjunto de los encargados para definir la metodología de cada proceso y la elección de los premios.	-Tarjeta de cliente frecuente (221 clientes) \$16,58 -Camiseta con sublimación \$11,74 x 6 ganadores=\$70,44 -Proteína \$48,73 Total \$135,75
Marketing de contenidos	Administradora Ruth	8	-La administradora usará los mismos dispositivos usados para subir contenido a las redes sociales. - Puede emplear la aplicación Canvas	-

	y Pinterest para crear contenido y obtener plantillas gratuitas.	
<b>TOTAL</b>		<b>\$23 469,99</b>

Las cotizaciones se encuentran en anexos. El orden de prioridad se refiere a la organización cronológica recomendada para la ejecución de las estrategias. Elaboración propia, 2025.

### **5.1.6 Presupuesto de la propuesta**

En esta sección se presentará el cálculo de la demanda potencial y real, el Modelo de valoración de activos de capital (CAPM), estados financieros proyectados a cinco años, la determinación del valor de desecho, distintos indicadores financieros y el punto de equilibrio, los cuales ayudarán a determinar si el presente plan de inversión es rentable y factible financieramente.

#### **5.1.6.1. Cálculo de demanda potencial y real**

Para determinar la demanda real y potencial, primeramente se requirió calcular su efecto en las posibles ventas; las dos líneas de servicios que corresponden a la sala de fuerza y el Paquete Fit se encuentran en la tabla 18, la sala de fuerza representa el 25 % de las ventas y el Paquete Fit el 75 %.

Luego, se realizó el cálculo de la demanda potencial, utilizando los datos obtenidos de la población, total y económicamente activa, de los distritos de Filadelfia y Palmira. Con esto se estableció dicha demanda, tanto mensual como anual. Finalmente, teniendo el dato de la demanda potencial, se procedió a calcular la demanda real empleando a su vez, la información sobre los ingresos de mayor participación e interés de los encuestados, que equivale al rango de \$782,78 - \$978,47, para definir la magnitud de los interesados en la sala de fuerza de Congos Functional Training, por mes y año en términos monetarios. La demanda real anual obtenida equivale al ingreso anual del año 2025 y para establecer los ingresos anuales de los cuatro años posteriores se le aplicará un aumento del 0,37 % que representa la inflación de abril 2025.

Tabla 18

Cálculo de participación de los servicios de la sala de fuerza

	Interesados en la sala de fuerza	Solo sala de fuerza	Paquete FIT
Cientes reales	50	2	48
Cientes potenciales	171	53	118
<b>Total</b>	<b>221</b>	<b>55</b>	<b>166</b>
<b>Participación</b>	<b>100%</b>	<b>25%</b>	<b>75%</b>

Cálculo efectuado en Excel con información basada en las figuras 17, 24, 25 y 34. Elaboración propia, 2025.

Tabla 19

Cálculo de la demanda potencial

Cálculo de demanda potencial			
Población de Palmira y Filadelfia	4 389		
PEA (4096 PEA/4389 Población Total)	93,3%		
		58 clientes reales	
<b>PEA Filadelfia y Palmira</b>	<b>4096</b>	→ 196 Clientes potenciales	
<b>Interesados en asistir a la sala de fuerza</b>	<b>100%</b>	254 encuestados	
<b>Demanda potencial</b>	<b>4096</b>		
<b>Interesado en sala de fuerza (25%)</b>	<b>1019</b>		
<b>Interesados en Paquete Fit (75)</b>	<b>3076</b>		
<b>Mensual</b>	\$ 49 868,91	Servicio de Sala de fuerza \$48,9	
	\$ 270 924,16	Paquete Fit \$88,1	
<b>Total mensual</b>	<b>\$ 320 793,07</b>		
<b>Anual</b>	\$ 598 426,86	Servicio de Sala de fuerza \$48,9	
	\$ 3 251 089,95	Paquete Fit \$88,1	
<b>Total anual</b>	<b>\$ 3 849 516,81</b>		

Cálculo efectuado en Excel. Elaboración propia, 2025.

Tabla 20

Cálculo de la demanda real

Cálculo de demanda real			
<b>Demanda potencial</b>	<b>4096</b>		
<i>Cientes con ingresos de \$782,78 - \$978,47</i>	36%		
	<b>1474</b>		
<b>Interesados en asistir en la sala de fuerza de Congos Functional Training</b>	87%		
	<b>1283</b>		
<b>Interesado en sala de fuerza (25%)</b>	<b>319</b>		
<b>Interesados en Paquete Fit (75)</b>	<b>964</b>		
<b>Mensual</b>	\$ 15 618,94	Servicio de Sala de fuerza \$48,9	
	\$ 84 853,45	Paquete Fit \$88,1	
<b>Total mensual</b>	<b>\$ 100 472,39</b>		
<b>Anual</b>	\$ 187 427,29	Servicio de Sala de fuerza \$48,9	
	\$ 1 018 241,37	Paquete Fit \$88,1	
<b>Total anual</b>	<b>\$ 1 205 668,66</b>		

Cálculo efectuado en Excel. Elaboración propia, 2025.

### 5.1.6.2. El Modelo de valoración de activos de capital (CAPM)

Para calcular el  $K_e$  y costo promedio ponderado, de capital apalancado como no apalancado, se utilizará el Modelo de valoración de activos de capital (CAPM). Para dichos cálculos se requirió la medición de distintas variables, que son las presentadas en la tabla 21. Es importante mencionar, que el  $R_f$  es la tasa libre de riesgo, la cual es representada por el rendimiento del Bono del tesoro de Estados Unidos. Por otra parte, el rendimiento de mercado ( $R_M$ ) corresponde al dato proporcionado por el S&P 500 y el riesgo país ( $R_p$ ) mostrado corresponde al de Costa Rica. Asimismo, tanto la beta apalancada como la no apalancada utilizadas pertenecen a la industria Recreación.

**Tabla 21**

*Datos por utilizar para el Modelo de valoración de activos de capital (CAPM)*

Datos por utilizar		
Variable	Dato	Fuente
<b><i>R<sub>f</sub>: Tasa libre de riesgo =</i></b>	4,47%	(Datos Macro, 2025)
<b><i>R<sub>M</sub>: Rendimiento de mercado=</i></b>	10%	(Yahoo! Finanzas, 2025)
<b><i>Beta apalancado=</i></b>	1,33	(Aswath Damodaran, 2025)
<b><i>Beta no apalancado=</i></b>	0,89	(Aswath Damodaran, 2025)
<b><i>R<sub>p</sub>: Riesgo país=</i></b>	1,96%	(Muñoz, 2025).
<b><i>Q<sub>d</sub>: Proporción de deuda=</i></b>	70%	
<b><i>Q<sub>e</sub>: Proporción de patrimonio=</i></b>	30%	
<b><i>K<sub>d</sub>: costo bruto de la deuda=</i></b>	6,27%	(Banco de Costa Rica[BCR], 2025)
<b><i>t: tasa de impuesto de renta=</i></b>	30%	

Elaboración propia, 2025.

**5.1.6.2.1. Costo promedio ponderado de capital apalancado.** Para calcular el CPPC apalancado, primeramente es necesario conocer el  $K_e$  apalancado, es decir, el rendimiento exigido por los accionistas, cuando la empresa se financia con una mezcla de capital y deuda, que en este caso exigirían el 13,78 % sobre su inversión. Adicionalmente, es importante recalcar que para este cálculo se utiliza el beta apalancado. Una vez obtenido el dato, se procede a efectuar el cálculo del CPPC apalancado, junto a los datos mostrados inicialmente.

**Tabla 22**

*Cálculo del CPPC apalancado*

<b>Costo promedio ponderado apalancado</b>							
<b>Ke apalancado=</b>	Rf	+	Beta apalancado	x	(RM- Rf)	+	Rp
<b>Ke apalancado=</b>	4,47%	+	1,33	x	(10% - 4,47%)	+	1,96%
<b>Ke apalancado=</b>	<b>13,78%</b>						
<b>CPPC apalancado =</b>	Qd	x	Kd	x	(1-t)	+	Qe x Ke apalancado
<b>CPPC apalancado=</b>	70%	x	6,27%	x	(1- 30%)	+	30% x 13,78%
<b>CPPC apalancado =</b>	<b>7,21%</b>						

Cálculo efectuado en Excel. Elaboración propia.

El costo promedio ponderado de capital apalancado, de 7,21%, representa el costo total de financiamiento del emprendimiento, cuyo caso tiene incorporada una mezcla del 70 % deuda y 30 % recursos propios, los cuales incluyen los beneficios fiscales provenientes del crédito.

**5.1.6.2.2. Costo promedio ponderado de capital no apalancado.** Igualmente que el anterior, primero se debe calcular el Ke pero el no apalancado, ya que en este no se considera el efecto de deuda, por ende, se aplica un beta no apalancado. Una vez obtenido, se continúa con el CPPC no apalancado.

**Tabla 23**

*Cálculo del CPPC no apalancado*

<b>Costo promedio ponderado no apalancado</b>							
<b>Ke no apalancado =</b>	Rf	+	Beta no apalancado	x	(RM- Rf)	+	Rp
<b>Ke no apalancado =</b>	4,4,7%	+	0,89	x	(10%-4,47)	+	1,96%
<b>Ke no apalancado =</b>	<b>11,35%</b>						
<b>CPPC no apalancado =</b>	Qd	x	Kd	x	(1-t)	+	Qe x Ke no apalancado
<b>CPPC no apalancado =</b>	0	x	100%	x		+	11,35%
<b>CPPC no apalancado =</b>	<b>11,35%</b>						

Cálculo efectuado en Excel. Elaboración propia, 2025.

Cuando no se incluye la deuda en la financiación del negocio, su ausencia se ve reflejada en el aumento del costo de financiamiento; así lo revela el costo promedio ponderado, de capital no apalancado, con el 11,35 %, esto se debe a que todo sería financiado con recursos propios de Congos Functional Training.

### **5.1.6.3. Supuestos y estimaciones para la evaluación financiera de la Sala de fuerza de Congos Functional Training**

**5.1.6.3.1. Tipo de cambio.** Para el presente trabajo, se aplicó el tipo de cambio de \$511 del 12 de mayo del 2025, según el Banco Central de Costa Rica.

**5.1.6.3.2. Inflación.** La inflación de 0,37 % a abril del 2025, obtenida del Banco Central de Costa Rica, fue utilizada para proyectar los ingresos de los cuatro años posteriores, tanto de los ingresos como de los egresos, de servicios públicos e insumos de limpieza.

**5.1.6.3.3. Impuesto sobre la renta.** Según el Ministerio de Hacienda de Costa Rica (MH, 2025), se aplica el 30 % de impuesto sobre la renta, porque se supera el \$234 107,63.

**5.1.6.3.4. Ingresos.** La proyección de ingresos se efectuó, a partir de la demanda real anual, que corresponde a \$1 205 668,66. Para los cuatro años restantes se les aplicó la inflación, además, es relevante indicar, que el 25 % de ellos son provenientes de la sala de fuerza y el 75 % del Paquete Fit (sala de fuerza + otro servicio del gimnasio). Por otra parte, los ingresos del gimnasio se derivan, de los usuarios no interesados en la sala de fuerza (ver anexo 23 y 24).

**5.1.6.3.5. Egresos.** La proyección de egresos de este trabajo radica en los gastos por servicios públicos, por insumos de limpieza, intereses y depreciación. En cuanto, a los dos primeros gastos mencionados, a estos se le incrementó el 5 %, de lo que actualmente desembolsa el gimnasio, considerando el incremento estimado que puede generar la sala de fuerza, después de ahí no tiene aumento, por eso se considera un costo fijo (ver anexo 25, 26, 29 y 30).

**5.1.6.3.6. Inversión inicial y financiamiento.** Para el plan de inversión para la expansión y comercialización de la sala de fuerza de Congos Functional Training, la inversión inicial es de \$23 469,99, de los cuales, el 70 % será financiado por medio de un préstamo, lo que equivale a \$16 428,99 y el 30 % restante, \$7 041, será con recursos propios.

#### 5.1.6.4. Flujo de caja mensual para el año 2025

Este flujo de caja mensual corresponde, al desglose de ingresos y egresos del año 2025, para ver el comportamiento del negocio de manera integral, mencionar que la variabilidad de los ingresos se debe a la estacionalidad de las ventas. Dicho dato fue proporcionado por Ruth Marín, administradora de Congos Functional Training (ver anexo 31 y 32).

**Tabla 24**

*Flujo de caja mensual para el 2025, de la sala de fuerza de Congos Functional Training*

Sala de fuerza de Congos Functional Training													
Flujo de caja mensual 2025													
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
<b>Ingresos</b>													
Ingresos por la sala de fuerza y su Paquete Fit	\$108 510,18	\$180 850,30	\$132 623,55	\$120 566,87	\$144 680,24	\$96 453,49	\$108 510,18	\$84 396,81	\$84 396,81	\$48 226,75	\$36 170,06	\$60 283,43	\$1 205 668,66
Ingresos por mensualidades del gimnasio	\$338,15	\$563,58	\$413,29	\$375,72	\$450,86	\$300,58	\$338,15	\$263,00	\$263,00	\$150,29	\$112,72	\$187,86	\$3 757,20
<b>Total de ingresos</b>	\$108 848,33	\$181 413,88	\$133 036,85	\$120 942,59	\$145 131,10	\$96 754,07	\$108 848,33	\$84 659,81	\$84 659,81	\$48 377,03	\$36 282,78	\$60 471,29	\$1 209 425,86
<b>Egresos</b>													
Gastos por servicios públicos	\$29,35	\$29,35	\$29,35	\$29,35	\$29,35	\$29,35	\$29,35	\$29,35	\$29,35	\$29,35	\$29,35	\$29,35	\$352,25
Gastos por insumos de limpieza	\$20,55	\$20,55	\$20,55	\$20,55	\$20,55	\$20,55	\$20,55	\$20,55	\$20,55	\$20,55	\$20,55	\$20,55	\$246,58
Gastos diferidos (Gastos por promoción y fletes )	\$1 092,82												\$1 092,82
Gastos por depreciación	\$157,74	\$157,74	\$157,74	\$157,74	\$157,74	\$157,74	\$157,74	\$157,74	\$157,74	\$157,74	\$157,74	\$157,74	\$1 892,83
Gastos por interés	\$85,84	\$84,62	\$83,39	\$82,16	\$80,92	\$79,67	\$78,41	\$77,15	\$75,89	\$74,61	\$73,33	\$72,04	\$948,04
Impuesto de renta (30%)	\$32 238,61	\$54 336,49	\$39 823,74	\$36 195,84	\$43 452,76	\$28 940,03	\$32 568,68	\$25 312,51	\$25 312,89	\$14 428,44	\$10 800,54	\$18 057,48	\$361 468,00
Total de egresos	\$33 624,91	\$54 628,74	\$40 114,77	\$36 485,63	\$43 741,32	\$29 227,34	\$32 854,74	\$25 597,30	\$25 596,41	\$14 710,69	\$11 081,51	\$18 337,17	\$366 000,52
<b>Saldo final</b>	<b>\$75 223,42</b>	<b>\$126 785,14</b>	<b>\$92 922,07</b>	<b>\$84 456,95</b>	<b>\$101 389,78</b>	<b>\$67 526,73</b>	<b>\$75 993,59</b>	<b>\$59 062,51</b>	<b>\$59 063,40</b>	<b>\$33 666,35</b>	<b>\$25 201,26</b>	<b>\$42 134,13</b>	<b>\$843 425,34</b>

Elaboración propia, 2025.

### 5.1.6.5. Flujo de caja del inversionista

Este tipo de flujo de caja mide, la rentabilidad de los recursos propios, incluyendo el préstamo para evaluar el efecto del apalancamiento, es decir, considera la amortización del principal y los gastos por interés.

**Tabla 25**

#### *Flujo de caja del inversionista de la sala de fuerza de Congos Functional Training*

Sala de fuerza Congos Functional Training												
Flujo de caja del inversionista a 5 años												
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5						
Ingresos por la sala de fuerza y su Paquete Fit	\$	1 205 668,66	\$	1 210 129,64	\$	1 214 607,12	\$	1 219 101,16	\$	1 223 611,84		
Ingresos por mensualidades del gimnasio	\$	3 757,2	\$	3 771,10	\$	3 785,05	\$	3 799,06	\$	3 813,12		
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$</b>	<b>1 209 425,86</b>	<b>\$</b>	<b>1 213 900,74</b>	<b>\$</b>	<b>1 218 392,17</b>	<b>\$</b>	<b>1 222 900,22</b>	<b>\$</b>	<b>1 227 424,96</b>		
<b>(-) Gastos operativos</b>												
Gastos por servicios públicos	\$	352,25	\$	353,55	\$	354,86	\$	356,17	\$	357,49		
Gastos por insumos de limpieza	\$	246,58	\$	247,49	\$	248,40	\$	249,32	\$	250,24		
Gastos diferidos (Gastos por promoción y fletes)	\$	1 092,82										
Gastos por depreciación	\$	1 892,83	\$	1 892,83	\$	1 892,83	\$	1 892,83	\$	1 892,83		
<b>Utilidad operativa</b>	<b>\$</b>	<b>1 205 841,38</b>	<b>\$</b>	<b>1 211 406,86</b>	<b>\$</b>	<b>1 215 896,07</b>	<b>\$</b>	<b>1 220 401,89</b>	<b>\$</b>	<b>1 224 924,38</b>		
Gastos por intereses	\$	948,04	\$	761,65	\$	563,24	\$	352,02	\$	127,17		
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$</b>	<b>1 204 893,35</b>	<b>\$</b>	<b>1 210 645,21</b>	<b>\$</b>	<b>1 215 332,84</b>	<b>\$</b>	<b>1 220 049,87</b>	<b>\$</b>	<b>1 224 797,21</b>		
Impuesto de renta (30%)	\$	361 468,00	\$	363 193,56	\$	364 599,85	\$	366 014,96	\$	367 439,16		
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$</b>	<b>843 425,34</b>	<b>\$</b>	<b>847 451,65</b>	<b>\$</b>	<b>850 732,99</b>	<b>\$</b>	<b>854 034,91</b>	<b>\$</b>	<b>857 358,05</b>		
(+)Gastos por depreciación	\$	1 892,83	\$	1 892,83	\$	1 892,83	\$	1 892,83	\$	1 892,83		
(-)Amortización de la deuda	\$	2 888,19	\$	3 074,57	\$	3 272,98	\$	3 484,20	\$	3 709,05		
(+) Gastos diferidos (Gastos por promoción y fletes)	\$	1 092,82										
Inversión inicial	\$	-23 469,99	\$	0	\$	843 522,81	\$	1 689 792,73	\$	2 539 145,56	\$	3 391 589,10
(+) Valor de desecho											\$	11 864 982,15
(+) Préstamo	\$	16 428,99										
<b>Flujo de efectivo</b>	<b>\$</b>	<b>-7 041,00</b>	<b>\$</b>	<b>843 522,81</b>	<b>\$</b>	<b>1 689 792,73</b>	<b>\$</b>	<b>2 539 145,56</b>	<b>\$</b>	<b>3 391 589,10</b>	<b>\$</b>	<b>16 112 113,08</b>

Indicador financiero	Resultado
Td	7,21%
VPFE	\$ 18 260 350,69
VAN	\$ 18 253 309,69
TIR	12080%
PRI En el año 1	\$ 0,01
ID	\$ 778,03

Elaboración propia, 2025.

A partir del flujo de caja del inversionista, se detecta que el nuevo servicio de la sala de fuerza sí genera e incrementa las ganancias al gimnasio Congos Functional Training al tener un VAN positivo de \$18 253 309,69. De igual manera, la tasa interna de retorno indica que el presente plan de inversión genera una rentabilidad anual promedio de 12 080%, que al compararla con la tasa de descuento, que corresponde al costo promedio ponderado de capital apalancado (CPPC apalancado), el cual equivale a 7,21 %, dicho plan se acepta al ser mayor que este y por otro lado, la inversión inicial se recupera en el año uno en específico en 0,01 años, según el periodo de recuperación. Finalmente, el índice de deseabilidad demuestra, que

por cada dólar invertido se obtienen \$778,03, por lo que al ser mayor que un dólar, el proyecto se acepta. Por consiguiente, estos indicadores financieros revelan, que el plan de inversión para la expansión y comercialización de una sala de fuerza, en Congos Functional Training, sí debe realizarse, porque es rentable y factible financieramente.

#### 5.6.1.6. Cálculo del Valor de desecho económico

El valor de desecho económico hace referencia, al valor que logra generar este plan de inversión a perpetuidad; en otras palabras, es el valor que un comprador estaría dispuesto a pagar por él. En el caso del servicio de la sala de fuerza, su valor alcanza los \$11 864 982,15.

##### Fórmula

$$VD = \frac{(B - C)_K - Dep_k}{i}$$

$$VD = \frac{\$857\,358,05 - \$1\,892,83}{7,21\%}$$

$$VD = \$11\,864\,982,15$$

VD: Valor de desecho  
 (B - C)<sub>K</sub>: Beneficio neto del año K (Utilidad neta Año 5)  
 Dep<sub>k</sub>: Depreciación del año K (Depreciación del Año 5)  
 i: Tasa exigida como costo de capital (CPPC apalancado)

#### 5.6.1.7. Flujo de caja del activo

A diferencia del flujo de caja del inversionista, el flujo de caja del activo no considera el efecto de la deuda, es decir, se parte de que el plan de inversión se financia solo con recursos propios, para luego considerar el apalancamiento a través del flujo del préstamo y así evaluar el impacto de la deuda en el plan de inversión.

Con respecto al flujo del activo, evidencia que el plan de inversión financiado, solo con recursos propios sí genera riquezas, debido a que el VAN es de \$15 591 694,16. Si se compara con el VAN del inversionista, se comprueba que es más conveniente financiar parte de la inversión con préstamo, porque este permite que el plan de inversión genere mayor riqueza. De igual manera, la TIR es mayor que la tasa de descuento y esta corresponde a 11,35 %, sin embargo, con el préstamo se obtiene una mayor rentabilidad promedio anual, porque sin este sólo se obtendría el 3 706,90 % de rentabilidad, mientras que sin el crédito se tarda más en recuperar la inversión, específicamente se tendría que esperar 0,03 años. Por último, el índice

de deseabilidad revela, que por dólar invertido solo se ganarían \$665,32, suma menor que la que se obtendría por dólar invertido, cuando se financia también con deuda.

**Tabla 26**

**Flujo de caja del activo de la sala de fuerza de Congos Functional Training**

Sala de fuerza de Congos Functional Training						
Flujo de caja del activo						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por la sala de fuerza y su Paquete Fit		\$ 1 205 668,66	\$ 1 210 129,64	\$ 1 214 607,12	\$ 1 219 101,16	\$ 1 223 611,84
Ingresos por mensualidades del gimnasio		\$ 3 757,20	\$ 3 771,10	\$ 3 785,05	\$ 3 799,06	\$ 3 813,12
<b>Utilidad bruta</b>		<b>\$ 1 209 425,86</b>	<b>\$ 1 213 900,74</b>	<b>\$ 1 218 392,17</b>	<b>\$ 1 222 900,22</b>	<b>\$ 1 227 424,96</b>
<b>(-) Gastos operativos</b>						
Gastos por servicios públicos		\$ 352,25	\$ 353,55	\$ 354,86	\$ 356,17	\$ 357,49
Gastos por insumos de limpieza		\$ 246,58	\$ 247,49	\$ 248,40	\$ 249,32	\$ 250,24
Gastos diferidos (Gastos por promoción y fletes)		\$ 1 092,82				
Gastos por depreciación		\$ 1 892,83	\$ 1 892,83	\$ 1 892,83	\$ 1 892,83	\$ 1 892,83
<b>Utilidad operativa</b>		<b>\$ 1 205 841,38</b>	<b>\$ 1 211 406,86</b>	<b>\$ 1 215 896,07</b>	<b>\$ 1 220 401,89</b>	<b>\$ 1 224 924,38</b>
<b>Utilidad antes de impuestos</b>		<b>\$ 1 205 841,38</b>	<b>\$ 1 211 406,86</b>	<b>\$ 1 215 896,07</b>	<b>\$ 1 220 401,89</b>	<b>\$ 1 224 924,38</b>
Impuesto de renta (30%)		\$ 361 752,42	\$ 363 422,06	\$ 364 768,82	\$ 366 120,57	\$ 367 477,31
<b>Utilidad neta</b>		<b>\$ 844 088,97</b>	<b>\$ 847 984,81</b>	<b>\$ 851 127,25</b>	<b>\$ 854 281,32</b>	<b>\$ 857 447,07</b>
(+)Gastos por depreciación		\$ 1 892,83	\$ 1 892,83	\$ 1 892,83	\$ 1 892,83	\$ 1 892,83
(+) Gastos diferidos (Gastos por promoción y fletes)		\$ 1 092,82				
Inversión inicial	\$ -23 469,99	0	\$ 847 074,62	\$ 1 696 952,26	\$ 2 549 972,35	\$ 3 406 146,51
(+) Valor de desecho						\$ 11 864 982,15
<b>Flujo de efectivo</b>	<b>\$ -23 469,99</b>	<b>\$ 847 074,62</b>	<b>\$ 1 696 952,26</b>	<b>\$ 2 549 972,35</b>	<b>\$ 3 406 146,51</b>	<b>\$ 16 130 468,56</b>

Indicador financiero	Resultado
Td	11,35%
VPFE	\$ 15 615 164,15
VAN (VAN BÁSICO)	\$ 15 591 694,16
TIR	3706,90%
PRI En el año 1	\$ 0,03
ID	\$ 665,32

Elaboración propia, 2025.

**5.6.1.8. Flujo del préstamo**

Dado que los intereses generan escudos fiscales, a partir del impuesto de renta, es necesario realizar un flujo del préstamo que excluya este beneficio del VAN, para mostrar la verdadera riqueza que genera el plan de inversión.

Cabe mencionar, que la tasa de mercado correspondiente a la *Prime* vigente, según el Banco Central de Costa Rica (BCCR, 2025) se encuentra en 7,50 % para el 30 de mayo del 2025 y es necesaria para el cálculo del VAN del préstamo.

**Tabla 27***Flujo del préstamo de sala de fuerza de Congos Functional Training*

Sala de fuerza de Congos Functional Training						
Flujo del préstamo						
	0	1	2	3	4	5
Préstamo	\$ 16 428,99					
Intereses	\$	-948,04	\$ -761,65	\$ -563,24	\$ -352,02	\$ -127,17
Amortización	\$	-2 888,19	\$ -3 074,57	\$ -3 272,98	\$ -3 484,20	\$ -3 709,05
Escudo fiscal	\$	284,41	\$ 228,50	\$ 168,97	\$ 105,61	\$ 38,15
Flujo	\$ 16 428,99	\$ -3 551,81	\$ -3 607,73	\$ -3 667,25	\$ -3 730,62	\$ -3 798,07

t	30%
Tasa de mercado (Tasa Prime Rate Vigente)	7,50%
VAN Préstamo	\$ 1 612,04

Elaboración propia, 2025.

Conforme al flujo del préstamo efectuado, el VAN del préstamo calculado equivale a \$1 612, 04. Este es el aumento de la riqueza, que causaría el financiamiento del plan de inversión por un monto de \$16 428,99, a una tasa de interés del 6,27%, a un plazo de cinco años, proveniente del Crédito Aceleración de Empresas del Banco de Costa Rica.

**5.6.1.9. VAN neto ajustado**

El criterio tradicional del VAN no separa las decisiones de inversión y financiamiento, por ello, es necesario evaluar el plan de inversión, considerando el aporte que genera cada una de estas decisiones en el valor de la empresa. Por tal motivo, será calculado el VAN neto ajustado, en donde primeramente se calculará el VAN básico proveniente del flujo del activo, para sumarlo al VAN del préstamo, a fin de estimar la contribución de cada uno al valor de la sala de fuerza, de Congos Functional Training.

**Tabla 28***VAN neto ajustado*

VAN Neto Ajustado=	VAN Básico	+	VAN Préstamo
VAN Neto Ajustado=	\$ 15 591 694,16	+	1 612,04
<b>VAN Neto Ajustado=</b>	<b>\$ 15 593 306,20</b>		

Elaboración propia, 2025.

Por lo tanto, a partir del VAN neto ajustado de \$15 593 306,20, se concluye que el plan de inversión para la expansión y comercialización de una sala de fuerza, en Congos Functional

Training, se acepta bajo la condición de que sea financiado en parte con préstamo, dado que al incluirlo genera mayor riqueza para el emprendimiento.

### 5.6.1.10. Balance general con proyección a cinco años

Este estado financiero se denomina Balance general, se realizó con una proyección a cinco años y tiene el objetivo de mostrar la composición en activos, pasivos y patrimonio de la sala de fuerza de Congos Functional Training.

**Tabla 29**

#### *Balance general de sala de fuerza de Congos Functional Training*

Sala de fuerza de Congos Functional Training  
Balance general comparativo

PERIODOS	2025	2026	2027	2028	2029
Caja y bancos	\$ 843 522,81	\$ 1 689 792,73	\$ 2 539 145,56	\$ 3 391 589,10	\$ 16 112 113,08
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Activo circulante</b>	<b>\$ 843 522,81</b>	<b>\$ 1 689 792,73</b>	<b>\$ 2 539 145,56</b>	<b>\$ 3 391 589,10</b>	<b>\$ 16 112 113,08</b>
Equipo de fuerza e implementos de emergencia	\$ 17 153,80	\$ 17 153,80	\$ 17 153,80	\$ 17 153,80	\$ 17 153,80
Menos: Depreciación acumulada de Equipo de fuerza e implementos de emergencia	\$ -1 683,90	\$ -3 367,80	\$ -5 051,70	\$ -6 735,60	\$ -8 419,50
Edificio	\$ 5 223,37	\$ 5 223,37	\$ 5 223,37	\$ 5 223,37	\$ 5 223,37
Menos: Depreciación acumulada de Edificio	\$ -208,93	\$ -417,87	\$ -626,80	\$ -835,74	\$ -1 044,67
Otros activos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Activo no circulante</b>	<b>\$ 20 484,34</b>	<b>\$ 18 591,50</b>	<b>\$ 16 698,67</b>	<b>\$ 14 805,83</b>	<b>\$ 12 913,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 864 007,15</b>	<b>\$ 1 708 384,23</b>	<b>\$ 2 555 844,23</b>	<b>\$ 3 406 394,94</b>	<b>\$ 16 125 026,08</b>
Cuentas por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Pasivo circulante</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
Préstamos por pagar	\$ 13 540,81	\$ 10 466,24	\$ 7 193,25	\$ 3 709,05	\$ 0,00
<b>Pasivo a largo plazo</b>	<b>\$ 13 540,81</b>	<b>\$ 10 466,24</b>	<b>\$ 7 193,25</b>	<b>\$ 3 709,05</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 13 540,81</b>	<b>\$ 10 466,24</b>	<b>\$ 7 193,25</b>	<b>\$ 3 709,05</b>	<b>\$ 0,00</b>
Capital social (30% de la inversión)	\$ 7 041,00	\$ 7 041,00	\$ 7 041,00	\$ 7 041,00	\$ 7 041,00
Utilidad o pérdidas acumuladas	\$ -	\$ 843 425,34	\$ 1 690 876,99	\$ 2 541 609,98	\$ 3 395 644,89
Utilidad neta	\$ 843 425,34	\$ 847 451,65	\$ 850 732,99	\$ 854 034,91	\$ 857 358,05
Valor de desecho	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 11 864 982,15
<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 850 466,34</b>	<b>\$ 1 697 917,99</b>	<b>\$ 2 548 650,98</b>	<b>\$ 3 402 685,89</b>	<b>\$ 16 125 026,08</b>
<b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 864 007,15</b>	<b>\$ 1 708 384,23</b>	<b>\$ 2 555 844,23</b>	<b>\$ 3 406 394,94</b>	<b>\$ 16 125 026,08</b>
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Realizado en un documento de Excel. Elaboración propia, 2025.

### 5.6.1.11. Estado de resultado con proyección a cinco años

El Estado de Resultados se efectuó con una proyección de cinco años, con el propósito de resumir los ingresos y egresos de la sala de fuerza, a fin de presentar los resultados finales, obtenidos por el emprendimiento en cada periodo.

Tabla 30

## Estado de resultado de sala de fuerza de Congos Functional Training

Sala de fuerza de Congos Functional Training  
Estados de Resultados comparativo

PERIODOS	2025	2026	2027	2028	2029
Ingresos por la sala de fuerza y su Paquete Fit	\$ 1 205 668,66	\$ 1 210 129,64	\$ 1 214 607,12	\$ 1 219 101,16	\$ 1 223 611,84
Ingresos por mensualidades del gimnasio	\$ 3 757,20	\$ 3 771,10	\$ 3 785,05	\$ 3 799,06	\$ 3 813,12
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 1 209 425,86</b>	<b>\$ 1 213 900,74</b>	<b>\$ 1 218 392,17</b>	<b>\$ 1 222 900,22</b>	<b>\$ 1 227 424,96</b>
Gastos por servicios públicos	\$ 352,25	\$ 353,55	\$ 354,86	\$ 356,17	\$ 357,49
Gastos por insumos de limpieza	\$ 246,58	\$ 247,49	\$ 248,40	\$ 249,32	\$ 250,24
Gastos por depreciación	\$ 1 892,83	\$ 1 892,83	\$ 1 892,83	\$ 1 892,83	\$ 1 892,83
Gastos diferidos	\$ 1 092,82				
Total Gastos de Operación	\$ 3 584,48	\$ 2 493,88	\$ 2 496,10	\$ 2 498,33	\$ 2 500,57
<b>UTILIDAD DE OPERACIÓN</b>	<b>\$ 1 205 841,38</b>	<b>\$ 1 211 406,86</b>	<b>\$ 1 215 896,07</b>	<b>\$ 1 220 401,89</b>	<b>\$ 1 224 924,38</b>
Gastos Financieros	\$ 948,04	\$ 761,65	\$ 563,24	\$ 352,02	\$ 127,17
<b>Utilidad Antes de Impuesto</b>	<b>\$ 1 204 893,35</b>	<b>\$ 1 210 645,21</b>	<b>\$ 1 215 332,84</b>	<b>\$ 1 220 049,87</b>	<b>\$ 1 224 797,21</b>
Impuesto de Renta	\$ 361 468,00	\$ 363 193,56	\$ 364 599,85	\$ 366 014,96	\$ 367 439,16
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 843 425,34</b>	<b>\$ 847 451,65</b>	<b>\$ 850 732,99</b>	<b>\$ 854 034,91</b>	<b>\$ 857 358,05</b>

Realizado en un documento de Excel. Elaboración propia, 2025.

### 5.6.1.12. Indicadores financieros

La elaboración de los estados financieros proyectados a cinco años, permitió aplicar ciertos indicadores financieros para su respectivo análisis. En relación con las razones financieras, por ser una empresa de servicio no se presentan cuentas por cobrar, inventarios y costos de ventas. Asimismo, por la naturaleza de este plan de inversión no se contempla, cuentas por pagar, por ende, solo se lograron aplicar ciertas razones de endeudamiento, actividad y rentabilidad.

La razón de deuda evidencia, que con el pasar de los cinco años, la deuda va disminuyendo hasta desaparecer en el último año por cancelación; además, la razón de endeudamiento manifiesta, que cada vez el emprendimiento va financiándose con recursos propios, lo que revela una mayor solidez patrimonial. En cuanto a los activos, a lo largo del tiempo se detecta con la razón de rotación de activo corriente y total, que el emprendimiento disminuye su eficiencia de transformar activos en ventas; sin embargo, esto se debe, en cierta medida, a que es una empresa de servicios y que no posee inventarios.

En cuanto a la rentabilidad, el margen de utilidad neta va aumentando levemente, pero existe una gran proporción de utilidad que se genera, en relación con los ingresos obtenidos

cada año. El ROI muestra, que el uso efectivo de los activos del emprendimiento va disminuyendo, influido por ser un servicio nuevo, al igual que la inclusión del valor de desecho en el último año; y el RSP indica, que el rendimiento obtenido de las utilidades, destinadas a su propietario, va disminuyendo en los cinco años proyectados, aunque en dicho balance se está considerando la reintegración del total de utilidades netas, para el próximo año, como utilidad acumulada para su mismo crecimiento.

**Tabla 31**

*Razones financieras aplicadas a la sala de fuerza Congos Functional Training*

Sala de fuerza de Congos Functional Training  
ANÁLISIS DE RAZONES FINANCIERAS

Razón	Nombre de la razón	Fórmula	2025	2026	2027	2028	2029
Razones de Endeudamiento	Razón de deuda (índice de endeudamiento)	$\frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$	1,57%	0,61%	0,3%	0,1%	0,00%
	Razón Endeudamiento (Razón de deuda a capital)	$\frac{\text{Pasivo total}}{\text{Patrimonio}}$	0,02 veces	0,01 veces	0,00 veces	0,00 veces	0,00 veces
Razones de Actividad	Rotación del activo corriente	$\frac{\text{Ventas netas}}{\text{Activo circulante}}$	1,43 veces	0,72 veces	0,48 veces	0,36 veces	0,08 veces
	Rotación Activo Total	$\frac{\text{Ventas netas}}{\text{Activo total}}$	1,40 veces	0,71 veces	0,48 veces	0,36 veces	0,08 veces
Razones de Rentabilidad	Margen de Utilidad neta	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$	69,7%	69,8%	69,8%	69,8%	69,9%
	Rendimiento sobre la inversión (ROI)	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total}}$	97,6%	49,6%	33,3%	25,1%	5,3%
	Rentabilidad sobre el patrimonio (RSP)	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$	99,2%	49,9%	33,4%	25,1%	5,3%

Estas razones se documentaron mediante Excel. Elaboración propia, 2025.

**5.6.1.13. Punto de equilibrio**

Con respecto al punto de equilibrio, este instrumento revela que el gimnasio Congos Functional Training debe vender al menos 57 mensualidades, de las cuales 14 corresponden al servicio de sala de fuerza y 43 del Paquete Fit; con el ingreso de estas cuotas mensuales se podrá cancelar los costos fijos, que incluyen los gastos por interés, amortización de la deuda, servicios públicos y los insumos de limpieza, lo que a su vez significa que con esta cantidad de mensualidades vendidas, el emprendimiento no tendrá pérdidas ni ganancias por brindar los servicios.

Por consiguiente, si se logra una venta menor a 57 mensualidades, el emprendimiento empezaría a percibir pérdidas; pero si genera una venta mayor a esta obtendría ganancias. La investigación reveló, que existe una alta probabilidad de que sea así, dado que de los clientes reales encuestados, 50 desean adquirir este servicio y de los clientes potenciales, 171 afirman querer asistir a esta zona de entrenamiento, lo que aumenta la probabilidad de que más personas asistan al lugar, según lo calculado en la demanda real.

**Tabla 32**

*Punto de equilibrio en unidades (mensualidades)*

	Sala de fuerza	Paquete Fit	Total
Precio de venta	\$ 48,9	\$ 88,1	
Costo variable	\$ -	\$ -	
Margen de contribución	\$ 48,90	\$ 88,06	
Participación	25%	75%	
Margen de contribución pondera	12,17	66,15	78,32
Costo fijo	\$4 435,05		
Punto de equilibrio	\$4 435,05 / 78,32=		57 Mensualidades

Costos fijos	
Gastos por servicios públicos	\$ 352,25
Gastos por insumos de limpieza	\$ 246,58
Gastos por interés	\$ 948,04
Amortización del préstamo	\$ 2 888,19
<b>Total</b>	<b>\$ 4 435,05</b>

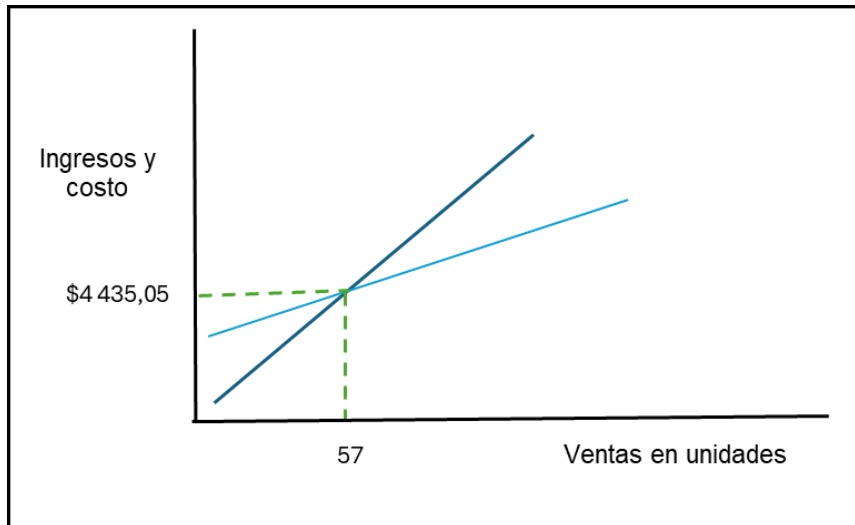
Realizado en un documento de Excel. Elaboración propia, 2025.

**Tabla 33**

*Punto de equilibrio en dólares y comprobación*

	Sala de fuerza	Paquete Fit	Total
	57	57	
	25%	75%	
<b>PE en unidades</b>	<b>14</b>	<b>43</b>	<b>57</b>
<b>Precio</b>	\$48,90	\$88,06	
<b>Costo unitario</b>	\$0,00	\$0,00	
<b>Ventas</b>	\$689,17	\$3 745,88	\$4 435,05
<b>Costos variables</b>	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>Margen de contribución</b>			<b>\$4 435,05</b>
<b>Costos fijos</b>			<b>\$4 435,05</b>
<b>Utilidad</b>			<b>0,00</b>

Realizado en un documento de Excel. Elaboración propia, 2025.

**Figura 38***Punto de equilibrio*

Elaboración propia, 2025.

La figura anterior señala, el nivel de ventas en que los ingresos y los costos son iguales, en este caso, si se venden 57 mensualidades, los ingresos y los costos se igualan en \$4 435,05, por lo tanto, en este punto el emprendimiento no tendría ni pérdidas ni ganancias.

## **5.2. Conclusiones**

En este apartado, se presentan las conclusiones derivadas de cada variable que compone el plan de inversión, para la expansión y comercialización de una sala de fuerza en Congos Functional Training, ubicado en Paso Tempisque, para el año 2025, de manera que pueda reflejar los aprendizajes obtenidos de la presente investigación.

### **5.2.1 Estudio de mercado**

Con la culminación de este trabajo, se pudieron analizar diversos aspectos de gran importancia, los cuales contribuyeron con un desarrollo exitoso de este. Primeramente, en lo que se refiere al estudio de mercado en particular, se destaca el aporte de este para conocer diferentes temas relacionados con la competencia, clientes tanto reales como potenciales, así como oferta y demanda, por medio de la investigación y diferentes herramientas como los cuestionarios, lo que permitió determinar un panorama más claro, tomando en cuenta las necesidades de los consumidores, para satisfacerlas con el ofrecimiento de este nuevo servicio. Además, gracias al estudio de mercado se logró establecer una propuesta de estrategias o métodos, para comercializar el nuevo servicio, de manera que llegue al mercado meta, con la menor reducción de riesgos que dificulten su éxito o permanencia en el mercado.

### **5.2.2 Activos requeridos**

Esta investigación reveló, que los tipos de máquinas de fuerza, que tanto los clientes reales como potenciales necesitan, son las mismas que en un inicio los responsables del negocio plantearon como parte de su oferta, lo que demuestra su claridad y precisión, sobre el conocimiento de las tendencias del mercado en relación con la sala de fuerza. Es importante considerar, que los precios del equipo de fuerza requerido dependen en gran medida del tipo de cambio del dólar; pues aunque la diferencia cambiaria sea baja, resulta indispensable monitorear constantemente el comportamiento del dólar, para actualizar los precios antes de solicitar el préstamo, lo que permita conocer el monto monetario correcto de la inversión. No obstante, en este trabajo se propusieron los tres lugares de venta con el mejor precio y calidad

y se incluyó el valor de los fletes, de manera que esta variable económica no dificulte la adquisición de dichos activos. Adicionalmente, se incluyó la señalización y equipo mínimo de emergencia, para que el local opere según lo establecido por la ley.

Por otro lado, la localización para sala de fuerza se encuentra en un lugar estratégico, al lado del gimnasio, un lugar ya reconocido por los usuarios actuales y por otros de la zona, lo que a la vez convierte a Congos Functional Training en un sitio completo, para entrenamiento tanto funcional como convencional. Además, el área se encuentra en óptimas condiciones para la construcción de la sala de fuerza y de igual manera, los insumos y la mano de obra requerida para ella, se cotizaron a un precio accesible, solo se requieren dos proveedores: la ferretería y el maestro de obra con su equipo, lo que facilitaría la fluidez de la terminación de la obra, para su posterior equipamiento y ofrecimiento al público meta.

### **5.2.3 Plan de comercialización**

Con respecto al plan de comercialización para la sala de fuerza, su propósito consiste en lograr un buen posicionamiento y penetración en el mercado, mientras aumenta sus ingresos y mejora su competitividad, por lo que se establecieron indicadores claves de desempeño estratégico, que permitirán evaluar la posible efectividad del plan de comercialización en el logro de dicho objetivo. También se incluyó un análisis del mercado meta al que se dirige dicha sala, con el fin de tener más claras las necesidades, gustos y preferencias de este público objetivo.

Por otro lado, se consideró importante realizar una investigación del mercado mediante la recopilación de información, para conocer las condiciones en cuanto a comercialización y posicionamiento del gimnasio, en relación con su competencia. Por último, se propusieron estrategias de *marketing*, con su respectivo plan de acción por seguir, que permitirá el uso efectivo de los recursos físicos y financieros, el cual propicie su pertinente y exitosa puesta en marcha.

#### **5.2.4 Fuentes de financiamiento**

En relación con esta variable, primeramente se concluye que la mayoría de los clientes están interesados en complementar la sala de fuerza, con otro tipo de entrenamiento, lo que incrementa los ingresos del emprendimiento con este nuevo servicio, a diferencia de si solo optaran por la sala de fuerza, dado que de la demanda real, el 75% desea adquirir el Paquete Fit.

Un aspecto favorecedor para el gimnasio es, que tiene una mayor probabilidad de cumplir con facilidad la cantidad de mensualidades requeridas, para asumir con los ingresos el pago de los costos sin tener pérdidas, dado que solo se requiere de 57 mensualidades, de las cuales ya tienen aseguradas 50 por parte de los clientes activos y existe una gran proporción de clientes potenciales encuestados, quienes mostraron interés en adquirir este nuevo servicio o el Paquete Fit.

En cuanto a su operatividad, con el pasar de los años la sala de fuerza irá presentando mayor solidez patrimonial, así como una capacidad destacable de mantener una buena proporción de utilidades, en relación con los ingresos obtenidos, pero tiene en desventaja que por su carencia de inventarios y cuentas por cobrar, mantiene una baja eficiencia para transformar activos en ventas, no obstante, esta es una condición inherente a su naturaleza de servicio, aunque es un factor que no debe descuidarse.

Por otra parte, se debe señalar que el costo total del financiamiento, del plan de inversión para la sala de fuerza, resulta ser más bajo cuando se incorpora una mezcla de deuda y recursos propios; así lo revela el costo promedio ponderado de capital apalancado.

Por último, otros aspectos financieros que evidencian lo beneficiosa que es la incorporación del préstamo en el financiamiento del plan de inversión, de la sala de fuerza, corresponden a los indicadores financieros, del VAN neto ajustado, el cual revela que genera una mayor riqueza para el gimnasio Congos Functional Training; la tasa interna de retorno muestra un mayor incremento, el periodo de recuperación se acorta y el índice de deseabilidad

comprueba que la cantidad monetaria obtenida, por dólar invertido, es mayor que la que se obtendría si solo se financiara con recursos propios, lo que revela que la sala de fuerza de Congos Functional Training es rentable y factible financieramente, por lo que su ejecución debe ser aceptada bajo, la condición de que sea financiada en parte con deuda.

### **5.3. Recomendaciones**

Se elaboró un plan de inversión y comercialización de una sala de fuerza en Congos Functional Training, que funcionará como una guía estratégica para que los emprendedores conozcan el mercado objetivo, los activos requeridos, estrategias de comercialización y la estructura financiera que tendría el proyecto, para que facilite la toma de decisiones.

Con base en lo anterior, se recomienda al emprendimiento implementar, de manera ordenada y paso a paso, el plan desarrollado en este seminario, para cumplir efectivamente con las estrategias propuestas y asegurar la apertura exitosa de la sala de fuerza.

Asimismo, se propone al negocio que dentro de un año, cuando se haya implementado el plan de inversión, se realice una evaluación de la efectividad de los resultados. Para ello se puede recurrir a la Universidad Nacional a la carrera de Administración, al curso de Prácticas Profesionales, donde un grupo de estudiantes puede realizar una evaluación financiera del negocio o un análisis de nivel de satisfacción de los clientes, entre otros proyectos de valor.

Por último, se sugiere a Congos Functional Training, que considere elaborar mejoras en la aplicación que tienen actualmente y crear una página web, donde se divulgue más información de clases, próximos descuentos, competencias, rutinas y otros; esto lo pueden realizar con ayuda de la carrera de Ingeniería en Sistemas de la Universidad Nacional.

### Lista de Referencias

- Agro Costa Rica. (2024, 23 de octubre). *Venta de alfombra de hule para agropecuario o multiusos (gimnasios)* [Publicación]. Facebook.  
[https://www.facebook.com/groups/706146566875208/?hoisted\\_section\\_header\\_type=recently\\_seen&multi\\_permalinks=1723954251761096](https://www.facebook.com/groups/706146566875208/?hoisted_section_header_type=recently_seen&multi_permalinks=1723954251761096)
- Alfaro, E., Pizarro, V., y Sánchez, K. (2023). *Estudio de viabilidad económico-financiera para la construcción de un gimnasio en Paso Tempisque de Carrillo en Guanacaste, para la microempresa Congos Functional Training*. [Trabajo de grado, Universidad Nacional de Costa Rica] Repositorio Universidad Nacional de Costa Rica. [Archivo Pdf].  
<https://repositorio.una.ac.cr/server/api/core/bitstreams/cc3317bb-9423-4585-abae-c11a6090f94f/content>
- Allied Market Research. (2024, mayo). *Informe sobre el tamaño del mercado de equipos de fitness, participación, panorama competitivo y análisis de tendencias, por tipo, por usuario final, por nivel de precio: análisis de oportunidades globales y pronóstico de la industria, 2024-2033*. <https://www.alliedmarketresearch.com/fitness-equipment-market>
- Artavia, B. (2019). *Desarrollo de un plan de mercadeo para el gimnasio CAFI Atenas Gym*. [Trabajo de grado, Universidad Latina de Costa Rica]. Repositorio Universidad Latina de Costa Rica.  
[https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/1847/1/TFG\\_Ulatina\\_Brandon\\_Artavia\\_Cordero.pdf](https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/1847/1/TFG_Ulatina_Brandon_Artavia_Cordero.pdf)
- Aswath Damodaran. (2025, Enero). *Betas por industria*.  
<https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>
- Ávila, P., Mendoza, A., Zambrano, M. y Andrade, R. (2021). El flujo de caja en la evaluación de proyectos inversión. *Suplemento CICA Multidisciplinario ISSN: 2631-2832*, 5(11).  
<https://suplementocica.ulead.edu.ec/index.php/SuplementoCICA/article/view/69>

- Ayala, A.(2021). *Las fuentes de financiamiento como estructura de capital de las empresas*. Universidad Técnica de Machala. [Archivo PDF].  
[https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/17530/1/E-11214\\_AYALA%20NARANJO%20ALEX%20DARIO.pdf](https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/17530/1/E-11214_AYALA%20NARANJO%20ALEX%20DARIO.pdf)
- Baldó, D. (2022, 07 de febrero). *Entrenamiento de fuerza: ¿Beneficioso para la salud?* Plan D Salud. <https://plandsalud.com/entrenamiento-de-fuerza/>
- Ballón, S., La Torre, L., y Rodríguez, J. (2020). *Plan de marketing para la implementación de un centro de entrenamiento y acondicionamiento físico para adultos*. [Trabajo de grado, Universidad del Pacífico en Perú]. Repositorio Institucional Universidad del Pacífico.  
[https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2830/BallonSergio\\_Tesis\\_maestria\\_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2830/BallonSergio_Tesis_maestria_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Banco Central de Costa Rica [BCCR]. (2025, abril). *Inflación a abril 2025*.  
<https://www.bccr.fi.cr/SitePages/Inicio.aspx>
- Banco Central de Costa Rica [BCCR]. (2024, 18 julio). *La Junta Directiva del BCCR mantiene la tasa de política monetaria* [Archivo PDF].  
[https://www.bccr.fi.cr/publicaciones/DocPoliticaMonetariaInflacin/ComunicadoPoliticaMonetaria\\_05-2024.pdf](https://www.bccr.fi.cr/publicaciones/DocPoliticaMonetariaInflacin/ComunicadoPoliticaMonetaria_05-2024.pdf)
- Banco Central de Costa Rica [BCCR]. (2025, 30 de mayo). *Tasa Prime vigente*.  
<https://qee.bccr.fi.cr/indicadoreseconomicos/Cuadros/frmVerCatCuadro.aspx?idioma=1&CodCuadro=%2060>
- Banco de Costa Rica [BCR]. (2025). *Crédito para Aceleración de Empresas Fondos FCD*.  
[https://www.bancobcr.com/wps/portal/bcr/bancobcr/mipymes/sbd/aceleracion\\_fcd/#:~:text=%2D%20Llenar%20los%20formularios%20del%20BCR,autom%C3%A1tico%20del%20pago%20del%20pr%C3%A9stamo.&text=Debido%20a%20las%20fluctuaciones%20de%20l,o%20CentroAsistenciaBCR@bancobcr.com](https://www.bancobcr.com/wps/portal/bcr/bancobcr/mipymes/sbd/aceleracion_fcd/#:~:text=%2D%20Llenar%20los%20formularios%20del%20BCR,autom%C3%A1tico%20del%20pago%20del%20pr%C3%A9stamo.&text=Debido%20a%20las%20fluctuaciones%20de%20l,o%20CentroAsistenciaBCR@bancobcr.com)

Banco Popular y de Desarrollo Comunal [BPDC]. (2025). *Créditos empresariales*.

<https://www.bancopopular.fi.cr/credito-empresarial-empresa/>

Banco Nacional de Costa Rica [BN]. (2025). *Crédito PYME*.

<https://www.bncr.fi.cr/pymes/financiamiento-para-pymes-costa-rica>

Banco Nacional de Costa Rica [BN]. (2025). *Crédito PYME tasas de interés*.

<https://www.bncr.fi.cr/solicitar-credito-pymes?oneda=D%C3%B3lares&monto=0>

Banco Popular y de Desarrollo Comunal [BPDC]. (2025). *Crédito de Banca empresarial y corporativa*. <https://www.bancopopular.fi.cr/wp-content/uploads/2025/04/BANCA-EMPRESARIAL-Y-CORPORATIVA.pdf>

Banco Popular y de Desarrollo Comunal [BPDC].(2025).*Calculadora de crédito en dólares*.

<https://www.bancopopular.fi.cr/calculadora-credito-dolares/>

Bea, T., Muñoz, S. y Sánchez, L. (2023). Gestión del financiamiento a través de la aplicación del método de rentabilidades. *Ciencias Holguín*, 29(1).

<https://www.redalyc.org/journal/1815/181574471002/181574471002.pdf>

Booster [@boostercr23]. (2025). Cuenta oficial. Instagram.

[https://www.instagram.com/boostercr23?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share\\_sheet&igsh=\\_\\_ZDNIZDc0MzlxNw==](https://www.instagram.com/boostercr23?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=__ZDNIZDc0MzlxNw==)

Carro, R. y González, D. (2019). *Localización de las instalaciones*. Universidad Nacional de Mar del Plata. [Archivo PDF].

[https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1619/1/14\\_localizacion\\_instalaciones.pdf](https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1619/1/14_localizacion_instalaciones.pdf)

Cicadex Store. (2025). *Press de banca*. <https://www.cicadexstore.com/products/363/press-de-banca-con-predicador>

- Cortés Cabrera, J. J. (2023). *Guía práctica de Marketing para estudiantes y docentes universitarios*: (1 ed.). Fundación Universitaria San Mateo.  
<https://elibro.una.elogim.com/es/ereader/unacr/270387?page=29>
- Cubas, W. (2020). *Historia del Gym*. Scrib. [Archivo PDF].  
<https://es.scribd.com/document/510902420/Historia-Del-Gym>
- Datos Macro. (2025, 19 de mayo). *Bonos del Tesoro de Estados Unidos*.  
<https://datosmacro.expansion.com/bono/usa>
- Dressler, K. (2021, 28 de noviembre). *Los 5 KPI principales para cualquier negocio de fitness*. Ezfacility. [https://www-ezfacility-co-uk.translate.goog/blog/5-key-performance-indicators-for-fitness-businesses/?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=es&\\_x\\_tr\\_hl=es&\\_x\\_tr\\_pto=sqe#:~:text=2..de%20las%20clases%20seg%C3%BAn%20corresponda](https://www-ezfacility-co-uk.translate.goog/blog/5-key-performance-indicators-for-fitness-businesses/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=sqe#:~:text=2..de%20las%20clases%20seg%C3%BAn%20corresponda)
- Dobaño, R. (2023, 12 setiembre). *Activo de una empresa*. Quipublog.  
<https://getquipu.com/blog/activo-de-una-empresa/>
- EPA en línea. (2025). *Rótulo de Ruta de evacuación*. <https://cr.epaenlinea.com/rotulo-ruta-de-evacuacion.html>
- EPA en línea. (2025). *Rótulo de Salida*. <https://cr.epaenlinea.com/rotulo-salida.html>
- Fernández, C. y Cardoza, D. (2020). *Aplicación de la regla fiscal en Costa Rica*. Revista Universidad Nacional de Costa Rica.  
<https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/economia/article/view/14124/20322>
- Forbes Staff. (2024, 09 mayo). *Costa Rica acumula menos inflación en el primer cuatrimestre de 2024*. Forbes Centroamérica. [https://forbescentroamerica.com/2024/05/09/costa-rica-acumula-001-de-inflacion-en-el-primer-cuatrimstre-de-2024#google\\_vignette](https://forbescentroamerica.com/2024/05/09/costa-rica-acumula-001-de-inflacion-en-el-primer-cuatrimstre-de-2024#google_vignette)
- Fitness Club [@fitness\_clubcr].(2025). Cuenta oficial. Instagram.  
[https://www.instagram.com/fitness\\_clubcr?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share\\_sheet&igsh=ZDNIZDc0MzIxNw==](https://www.instagram.com/fitness_clubcr?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNIZDc0MzIxNw==)

- Galicia, C., y Romero, G. (2021). *Indicadores financieros y la toma de decisiones en la Empresa J&J Brother's EIRL-Cusco periodo 2019*. Universidad Andina del Cusco. [https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4138/Claudia\\_Gabriel\\_Tesis\\_bachiller\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4138/Claudia_Gabriel_Tesis_bachiller_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Gomis, C. (2021). *Diseño de una máquina fitness* [Trabajo de grado, Universidad Politécnica de Valencia]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica de Valencia. <https://m.riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/188292/Gomis%20-%20Diseno%20de%20una%20maquina%20fitness.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gramajo, D., Gramajo, V., Ramírez, A., Santiago R., y Del Valle, E. (2022). *Proyecto de inversión para un centro fitness en San Miguel de Tucumán*. [Trabajo de Licenciatura, Universidad Nacional de Tucumán en Chile]. Repositorio institucional Universidad Nacional de Tucumán. <https://repositorio.face.unt.edu.ar/bitstream/handle/123456789/733/PROYECTO%20DE%20INVERSI%C3%93N%20PARA%20UN%20CENTRO%20FITNESS%20EN%20SAN%20MIGUEL%20DE%20TUCUM%C3%81N.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gran Fit Gym. (2025). *Cuenta oficial*. Facebook. <https://www.facebook.com/gimnasiograntfit>
- Jason Fit.(2025).*Cuenta oficial*. Facebook. <https://www.facebook.com/gimnasiograntfit>
- Guerra, O. V. (2022). *Implementación de un plan de mejora con el uso de KPI'S en los procesos de carguío para la optimización del acarreo de lastre en la empresa Ango Raju* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo]. Repositorio UNASAM. <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/28796>
- Herrera, W. (2022, 30 de mayo). World Gym Costa Rica, el mundo fitness cumple 19 años cambiando vidas. *La República*. <https://www.larepublica.net/noticia/world-gym-costa-rica-el-mundo-fitness-cumple-19-anos-cambiando-vidas>

- Hurtado, F. (2024, 22 de abril). *La Tendencia Fitness: Una Industria que Cuida la Salud en Colombia y Latinoamérica*. LinkedIn. <https://es.linkedin.com/pulse/la-tendencia-fitness-una-industria-que-cuida-salud-en-hurtado-orozco-coqne>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo [INEC]. (2022). *Estadísticas demográficas 2011. Población de 15 años y más por condición de actividad, según provincia, cantón y distrito*. [https://admin.inec.cr/sites/default/files/media/reempleocenso2011-01.xls\\_2.xls](https://admin.inec.cr/sites/default/files/media/reempleocenso2011-01.xls_2.xls)
- Instituto Nacional de Estadística y Censo [INEC]. (2022). *Indicadores Cantonales*. [https://admin.inec.cr/sites/default/files/media/replaccenso2011-05\\_2.pdf](https://admin.inec.cr/sites/default/files/media/replaccenso2011-05_2.pdf)
- Kaizen Store. (2025). *Caminadora curva*. <https://kaizenstorecr.com/producto/caminadora-curva/>
- Kaizen Store. (2025). *Press de pierna*. <https://kaizenstorecr.com/producto/press-pierna-45-grados/>
- Kaizen Store. (2025). *Máquina Abductor*. <https://kaizenstorecr.com/producto/abductor-adductor-dual/>
- Kaizen Store. (2025). *Smith machine*. <https://kaizenstorecr.com/producto/sentadilla-smith-negro/>
- Kaizen Store. (2025). *Polea*. <https://kaizenstorecr.com/producto/polea-doble-alta-baja/>
- Llopart, A. (2023, 17 de febrero). *Indicadores o KPI's para analizar tus redes sociales*. IEBS Biztech School. <https://www.iebschool.com/hub/indicadores-estrategia-digital-redes-sociales/>
- Ministerio de Economía Industria y Comercio [MEIC]. (2024). *Costa Rica fortalecerá su modelo de atención para Pymes*. <https://www.meic.go.cr/comunicado/919/costa-rica-fortalecera-su-modelo-de-atencion-para-pymes-y-emprendimiento.php>
- Ministerio de Economía Industria y Comercio [MEIC]. (2023). *Políticas públicas de apoyo*. <https://www.meic.go.cr/web/130/pymes/rgano-colegiado/red-de-apoyo-pyme.php>
- Ministerio de Hacienda [MH]. (2024, 04 de marzo). *Generalidades del Impuesto al Valor Agregado (IVA)*. <https://www.hacienda.go.cr/docs/GeneralidadesIVA.pdf>

- Ministerio de Hacienda [MH]. (2023, 31 de marzo). *Generalidades del Impuesto sobre las Utilidades*. <https://www.hacienda.go.cr/docs/GeneralidsImpuestoUtilidades.pdf>
- Ministerio de Hacienda [MH]. (2024). *Marco Fiscal de mediano plazo 2023-2024* [Archivo PDF]. [https://www.hacienda.go.cr/docs/MFMP\\_GC\\_2023-2028.pdf](https://www.hacienda.go.cr/docs/MFMP_GC_2023-2028.pdf)
- Ministerio de Hacienda [MH]. (2024, 03 julio). *Gobierno mantiene gestión responsable de la deuda pública* [Archivo PDF]. <https://www.hacienda.go.cr/docs/CP60-2024.pdf>
- Ministerio de Hacienda [MH]. (2024). *Plan de financiamiento del Gobierno Central 2024*. Ministerio de Hacienda Costa Rica. [Archivo PDF]. <https://www.hacienda.go.cr/docs/08.PlanFinanciamient2024.pdf>
- Ministerio de Hacienda [MH]. (2024, 04 de diciembre). *Ministerio de hacienda actualiza tramos del impuesto sobre la renta que regirán a partir de enero 2025*. <https://www.hacienda.go.cr/docs/CP1032024.pdf>
- Moncayo, Y. P., Salazar, M. V. y Avalos, V. G. (2021). El estudio de mercado como estrategia para el desarrollo de productos en el sector rural. Caso de estudio Parroquia Bayushig. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 6(3). <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7926892.pdf>
- Montaldi, J., y Robi, G. (2019). *Proyecto de inversión: centro fitness*. [Trabajo de Licenciatura, Universidad Nacional de San Martín en Argentina]. Repositorio Institucional de la UNSAM. <https://ri.unsam.edu.ar/handle/123456789/1030>
- Muñoz, A. (2023, 11 de julio). *Canales de distribución: cómo asegurar el éxito de tus productos*. Sales Layer. <https://blog.saleslayer.com/es/canales-de-distribucion-como-asegurar-el-exito-de-tus-productos#:~:text=Un%20canal%20de%20distribuci%C3%B3n%20es,%2C%20fabricant es%2C%20retailers%20y%20agentes>
- Muñoz, R. Márquez, J. y Lazcano, L. (2020). *Fundamentos de contabilidad: (1 ed.)*. McGraw-Hill España. <https://elibro.una.elogim.com/es/ereader/unacr/218332?page=28>

- Muñoz, R. (2025, 24 de enero). *Ranking: Riesgo País en Latinoamérica 2025*. Revista Mercado. <https://revistamercado.do/money-invest/ranking-riesgo-pais-en-latinoamerica-2025/#:~:text=El%20EMBI%20del%20pa%C3%ADs%20cerr%C3%B3,de%20la%20deuda%20del%20pa%C3%ADs>.
- Ochoa, E y Navarro, D. (2023). Los estados financieros y la información financiera en el gobierno de la sociedad anónima. *THEMIS Revista de Derecho*, (84).  
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/28362>
- Ochoa, J. C. G. (2020). *Seguridad social: temas esenciales*. Grupo Ibáñez (1°ed).  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=-uX\\_DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA15&dq=estudio+de+mercado+concepto&ots=HrnnD5WLCa&sig=V4CHHUBq4Wix9OYlmgLyUnBxCUg#v=onepage&q=estudio%20de%20mercado%20concepto&f=true](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=-uX_DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA15&dq=estudio+de+mercado+concepto&ots=HrnnD5WLCa&sig=V4CHHUBq4Wix9OYlmgLyUnBxCUg#v=onepage&q=estudio%20de%20mercado%20concepto&f=true)
- Ortega, C. (2023, 13 de julio). *Plan de comercialización: Qué es y cómo crearlo*. Question Pro.  
<https://www.questionpro.com/blog/es/plan-de-comercializacion/>
- Pedrosa, S. (2024, 7 de julio). *Insumo: qué es y cómo se usa*. Economipedia.  
<https://economipedia.com/definiciones/insumo.html>
- Pequeño Mundo. (2025). *Extintor ABC recargable 1 kg*.  
<https://tienda.pequenomundo.com/extintor-recargable-1-kg.html>
- Pérez, S. (2019). *Plan de mejoramiento para el gimnasio Mía Isabella Gym Fitness ubicado en la Calle Alonso de Angulo del D.M.Q.* [Trabajo de grado, Instituto Superior Tecnológico “Honorable Consejo Provincial de Pincha” en Ecuador]. Repositorio Tecnológico Universitario Pichincha.  
<https://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/bitstream/123456789/150/1/SANTIAGO%20PAREDES.pdf>
- Pontificia Universidad Católica del Perú [PUCP]. (2020). *Modelo de equilibrio interno y externo* [Archivo PDF]. <http://files.pucp.edu.pe/departamento/economia/LDE-2012-02a-10.pdf>

Quero-Ruiz, E. (2024, 02 febrero). *Propiedad, planta y equipo*. Contabilidad IO.

<https://contabilidadtop.com/definicion/definicion-de-maquinaria-y-equipo-en-contabilidad/>

Rivera, A., Moraga, C. y Ureña, R. (2020). *La planeación como fase del proceso administrativo*

[Trabajo de pregrado, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua]. *Repositorio*

UNAN. <https://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/12854/1/23075.pdf>

Ríos, P. (2023, 10 de febrero). *¿Que son las ventas? Conceptos clave y tipos*. HubSpot.

<https://blog.hubspot.es/sales/que-son-las-ventas>

Sede Regional Chorotega. (2022). *Plan estratégico institucional 2023-2027*. Universidad

Nacional. <https://documentos.una.ac.cr/handle/unadocs/15720>

Universidad Estatal a Distancia [UNED]. (2024). *Trabajos de graduación relacionados con gimnasios*. Catálogo en línea UNED.

<https://aleph23.uned.ac.cr/F/THLT2DM2FA6EANH2T7AE2F5VVS4YMHSS9K6UP83E3>

[T1TDRFL45-03858?func=find-](https://aleph23.uned.ac.cr/F/THLT2DM2FA6EANH2T7AE2F5VVS4YMHSS9K6UP83E3)

[b&request=Gimnasio&find\\_code=WRD&adjacent=N&x=39&y=16&filter\\_code\\_1=WLN&fi](https://aleph23.uned.ac.cr/F/THLT2DM2FA6EANH2T7AE2F5VVS4YMHSS9K6UP83E3)

[lter\\_request\\_1=&filter\\_code\\_2=WYR&filter\\_request\\_2=2018&filter\\_code\\_3=WYR&filter](https://aleph23.uned.ac.cr/F/THLT2DM2FA6EANH2T7AE2F5VVS4YMHSS9K6UP83E3)

[request\\_3=2024&filter\\_code\\_6=WMA&filter\\_request\\_6=TFG&filter\\_code\\_7=WCO&filter](https://aleph23.uned.ac.cr/F/THLT2DM2FA6EANH2T7AE2F5VVS4YMHSS9K6UP83E3)

[\\_request\\_7=&filter\\_code\\_5=WSL&filter\\_request\\_5=](https://aleph23.uned.ac.cr/F/THLT2DM2FA6EANH2T7AE2F5VVS4YMHSS9K6UP83E3)

Vita Fuerte Fitness Center. (2025). *Chest press*. [https://www.vitafuerte.com/producto/press-de-](https://www.vitafuerte.com/producto/press-de-pecho-3/)

[pecho-3/](https://www.vitafuerte.com/producto/press-de-pecho-3/)

Walmart. (2025). *Botiquín básico de primeros auxilios*. [https://www.walmart.co.cr/botiquin-](https://www.walmart.co.cr/botiquin-basico-primeros-auxilios/p?srsltid=AfmBOoqet4oQmG6Yf5-8tvRfqtG-0Syw8Xn24-u5AmZxYKoOBAr9Klzz)

[basico-primeros-auxilios/p?srsltid=AfmBOoqet4oQmG6Yf5-8tvRfqtG-0Syw8Xn24-](https://www.walmart.co.cr/botiquin-basico-primeros-auxilios/p?srsltid=AfmBOoqet4oQmG6Yf5-8tvRfqtG-0Syw8Xn24-u5AmZxYKoOBAr9Klzz)

[u5AmZxYKoOBAr9Klzz](https://www.walmart.co.cr/botiquin-basico-primeros-auxilios/p?srsltid=AfmBOoqet4oQmG6Yf5-8tvRfqtG-0Syw8Xn24-u5AmZxYKoOBAr9Klzz)

Xarxa Empren. (2022, 17 de abril). *El plan de comercialización: la clave para vender tu producto servicio*. [Archivo PDF].

[https://xarxaempren.gencat.cat/web/.content/07recursos/fitxers/Cat-Empren Pla-](https://xarxaempren.gencat.cat/web/.content/07recursos/fitxers/Cat-Empren_Pla-comercial_accessible-CAST.pdf)

[comercial\\_accessible-CAST.pdf](https://xarxaempren.gencat.cat/web/.content/07recursos/fitxers/Cat-Empren_Pla-comercial_accessible-CAST.pdf)

Yahoo! Finanzas. (2025). *S&P 500*.

[https://es.finance.yahoo.com/quote/SPY/performance/?guce\\_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce\\_referrer\\_sig=AQAAAH17B527qK3EI4L8O-lr1f7xVZODie3ODryuVTvBq1C3MZhBPv9sklxViytcvmL13AIKILYSDb8lDUkOSi0U-G\\_xAfGWaskY0AH\\_sMy22vJM5k0PqZTPXq6mr5f3j6EGhKWL9lv\\_c9icrV3DYzxAjnyn56YW3EViOk8ZMQf-9-&guccounter=2](https://es.finance.yahoo.com/quote/SPY/performance/?guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAH17B527qK3EI4L8O-lr1f7xVZODie3ODryuVTvBq1C3MZhBPv9sklxViytcvmL13AIKILYSDb8lDUkOSi0U-G_xAfGWaskY0AH_sMy22vJM5k0PqZTPXq6mr5f3j6EGhKWL9lv_c9icrV3DYzxAjnyn56YW3EViOk8ZMQf-9-&guccounter=2)

Zubizarreta, I. (2022, 15 de marzo). *Cinta de correr curvada: Cómo usarla para mejorar tu rendimiento*. Vitruve. <https://vitruve.fit/es/blog/cinta-de-correr-curvada-como-usarla-para-mejorar-tu-rendimiento/>

## Anexos

### Anexo 1

#### Diagrama de Gantt del plan de inversión

N° de actividad	Inicio	Final	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
<b>Capítulo 1. Aspectos Metodológicos</b>	16/8/2024	4/9/2024									
1.1. Planteamiento y descripción del problema	16/8/2024	24/8/2024									
1.1.2 Interrogante(s) de la investigación	16/8/2024	16/8/2024									
1.1.3 Justificación de la investigación	16/8/2024	19/8/2024									
1.1.4 Delimitación temporal, espacial, institucional y/o empresarial	16/8/2024	16/8/2024									
1.2 Objetivos de la investigación	16/8/2024	19/8/2024									
1.2.1 Objetivo general	16/8/2024	19/8/2024									
1.2.2 Objetivos específicos	16/8/2024	19/8/2024									
1.3 Modelo de análisis	19/8/2024	21/8/2024									
1.3.1 Conceptualización, operacionalización e instrumentalización de las variables	19/8/2024	21/8/2024									
1.3.2 Relaciones e interrelaciones	21/8/2024	21/8/2024									
1.4 Estrategia de investigación aplicada	26/8/2024	2/9/2024									
1.4.1 Tipo de investigación	26/8/2024	2/9/2024									
1.4.2 Fuentes de investigación	26/8/2024	2/9/2024									
1.4.2.1 Fuentes primarias	26/8/2024	2/9/2024									
1.4.2.2 Fuentes secundarias	26/8/2024	2/9/2024									
1.4.3 Población	26/8/2024	2/9/2024									
1.4.4 Recopilación de los datos	2/9/2024	9/9/2024									
1.4.4.1 Métodos, técnicas e instrumentos utilizados	2/9/2024	9/9/2024									
1.4.4.2 Procedimientos aplicados	2/9/2024	9/9/2024									
1.4.5 Análisis e interpretación de la información	2/9/2024	9/9/2024									
<b>CAPÍTULO 2. MARCO DE REFERENCIA</b>	9/9/2024	18/9/2024									
2.1 Generalidades de la empresa.	9/9/2024	18/9/2024									
2.2 Aspectos que afectan a la empresa en forma directa y/o indirectamente.	9/9/2024	18/9/2024									
<b>CAPÍTULO 3. MARCO CONCEPTUAL</b>	23/9/2024	2/10/2024									
3.1 Estado del arte	23/9/2024	2/10/2024									
3.2 Concepto relacionado según la variable de los objetivos específicos	23/9/2024	2/10/2024									
3.3 Concepto relacionado según la variable de los objetivos específicos	23/9/2024	2/10/2024									
3.4 Concepto relacionado según la variable de los objetivos específicos	23/9/2024	2/10/2024									
<b>ORDEN Y CORRECCIÓN DEL TRABAJO</b>	2/10/2024	11/11/2024									
<b>CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS</b>	19/2/2025	5/5/2025									
4.1 Estudio de mercado	19/2/2025	5/5/2025									
4.2. Activos requeridos	19/2/2025	5/5/2025									
4.3. Plan de comercialización	19/2/2025	5/5/2025									
4.4. Fuentes de financiamiento	19/2/2025	5/5/2025									
<b>CAPÍTULO 5. PROPUESTA, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	6/5/2025	2/6/2025									
5.1. Propuesta	6/5/2025	7/5/2025									
5.1.1. Justificación de la propuesta	6/5/2025	7/5/2025									
5.1.3 Metodología de la propuesta	6/5/2025	7/5/2025									
5.1.4 Estrategias propuestas	8/5/2025	15/5/2025									
5.1.5 Plan de acción de la propuesta (relacionada con las estrategias)	8/5/2025	15/5/2025									
5.1.6 Presupuesto de la propuesta	16/5/2025	23/5/2025									
5.2 Conclusiones	23/5/2025	26/5/2025									
5.2.1 Estudio de mercado	23/5/2025	26/5/2025									
5.2.2 Activos requeridos	23/5/2025	26/5/2025									
5.2.3 Plan de comercialización	23/5/2025	26/5/2025									
5.2.4 Fuentes de financiamiento	23/5/2025	26/5/2025									
5.3 Recomendaciones	23/5/2025	26/5/2025									
<b>ORDEN Y CORRECCIÓN DEL TRABAJO</b>	27/5/2025	3/6/2025									
<b>ENVÍO DE TRABAJO</b>	4/6/2025	4/6/2025									

Anexo. Elaboración propia basada en los apartados del presente trabajo, 2024.

## Anexo 2

### Guía de observación

Aspectos	Pautas por considerar en la observación	Sí	No	Descripción
Oferta y demanda	<p><b>Asistencia de clientes</b></p> <p>En este horario asiste una cantidad considerable de clientes (Máximo 10 personas por clase)</p>			<p>De 1 a 5 personas, poca asistencia:</p> <p>De 6 a 10 personas, alta asistencia:</p>
	<p><b>Comportamiento de los clientes</b></p> <p>Las personas manifiestan comportamientos de satisfacción con el servicio obtenido.</p>			
	<p><b>Atención al cliente</b></p> <p>Los <i>coaches</i> tienen una buena capacitación y atención al cliente para darles un servicio adecuado.</p>			

Anexo. Guía de observación realizada en el gimnasio Congos Functional Training en los horarios más y menos concurrente. Elaboración propia, 2025.

Para leer completa la guía de observación puede ingresar a este link:

<https://docs.google.com/document/d/1kHk5E0YNEDZx0Idn3bI7ZXVIWlu4adklQXGcjFGjGLw/e/dit?tab=t.0>

### Anexo 3

#### *Entrevista realizada al propietario y administradora del gimnasio Congos Functional Training*

**ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA CON PREGUNTAS ABIERTAS, APLICADA AL PROPIETARIO CARLOS ARTURO LÓPEZ HERNÁNDEZ Y A LA ADMINISTRADORA RUTH MARÍN MATARRITA DE CONGOS FUNCTIONAL TRAINING.**

La presente entrevista es conducida por estudiantes de licenciatura en Administración Financiera de la Universidad Nacional de Costa Rica.

El objetivo principal de este cuestionario es: Determinar el plan de inversión que permita la expansión y comercialización de una sala de fuerza, en el gimnasio Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque para el año 2025

Se le solicita responder a las preguntas de la entrevista con profundidad.

Confidencialidad: La participación en esta entrevista es estrictamente voluntaria. La información que se recopile será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Tampoco será posible identificar de forma individual los criterios o respuestas emitidas, dado que la información se utilizará de forma general o agregada en el estudio.

Desde ya le agradezco su participación.

---

#### A. Oferta y demanda

1. ¿Cuál es el promedio de personas que asisten por clase?
2. ¿Cuál es el promedio de personas que asisten al día?
3. ¿Cuáles son los meses de mayor y menor asistencia al gimnasio?

Anexo. Elaboración propia, 2025.

Para visualizar todas las preguntas realizadas en la entrevista, puede ingresar a este enlace:

[https://docs.google.com/document/d/1XA8iCugLveYMoycFT0I\\_Gh3Mcat4w1S/edit?usp=sharing&ouid=114681587452973674278&rtpof=true&sd=true](https://docs.google.com/document/d/1XA8iCugLveYMoycFT0I_Gh3Mcat4w1S/edit?usp=sharing&ouid=114681587452973674278&rtpof=true&sd=true)

## Anexo 4

*Cuestionario realizado a los clientes reales*



**CONGOS**  
**FUNCTIONAL TRAINING**

### Sondeo a clientes activos para la apertura de una sala de fuerza en Congos Functional Training

Estimado encuestado/a:

Somos estudiantes de la Universidad Nacional, campus Liberia y estamos desarrollando un plan de inversión para la apertura de una sala de fuerza en este negocio, por lo que dicho cuestionario es de finalidad académica. Con este sondeo de mercado, podemos conocer información sobre el sector de actividades deportivas, de esparcimiento y recreativas.

El gimnasio Congos Functional Training está ubicado en Paso Tempisque, ofrece servicios de entrenamiento funcional, yoga y acondicionamiento físico. Tardará unos pocos minutos en completar el cuestionario y la información que usted suministre será estrictamente confidencial, de antemano muchas gracias por su colaboración.

rol01lo06@gmail.com [Cambiar cuenta](#)

\* Indica que la pregunta es obligatoria

Correo electrónico \*

Anexo. Cuestionario aplicado a 58 clientes reales del gimnasio Congos Functional Training.


Elaboración propia, 2025.

Para visualizar todo el cuestionario realizado, puede ingresar al siguiente enlace:

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdQjXmayP7RgbuKRrSFmMrDEU6HmIVjId\\_p9HhEEaxU2YXvJA/viewform?pli=1](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdQjXmayP7RgbuKRrSFmMrDEU6HmIVjId_p9HhEEaxU2YXvJA/viewform?pli=1)

## Anexo 5

### Cuestionario a clientes potenciales



**Sondeo de mercado para la apertura de una sala de fuerza en Congos Functional Training**

Estimado encuestado/a:  
Somos estudiantes de la Universidad Nacional, campus Liberia y estamos desarrollando un plan de inversión para la apertura de una sala de fuerza en este negocio, por lo que dicho cuestionario es de finalidad académica. Con este sondeo de mercado, podemos conocer información sobre el sector de actividades deportivas, de esparcimiento y recreativas.  
El gimnasio Congos Functional Training está ubicado en Paso Tempisque, ofrece servicios de entrenamiento funcional, yoga y acondicionamiento físico. Tardará unos pocos minutos en completar el cuestionario y la información que usted suministre será estrictamente confidencial, de antemano muchas gracias por su colaboración.

\* Indica que la pregunta es obligatoria

Correo electrónico \*

Registrar abigail.gutierrez.gutierrez@est.una.ac.cr como el correo que se incluirá al enviar mi respuesta

1. ¿En qué zona reside actualmente? \*

Paso Tempisque

Palmira

Los Jocotes

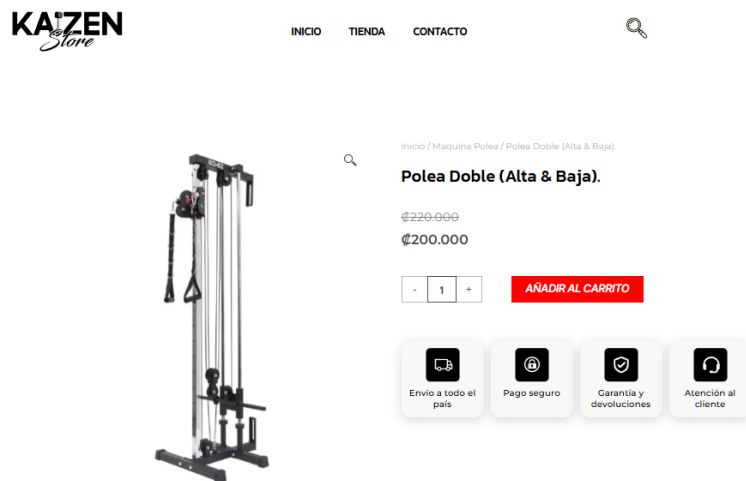
Filadelfia centro

Anexo. Cuestionario aplicado a 196 clientes potenciales. Elaboración propia, 2025.

Si desea visualizar el cuestionario completo aplicado a los clientes potenciales, puede ingresar a este enlace: <https://forms.gle/Zuzm5bVoUeLP5mzh8>

**Anexo 6**

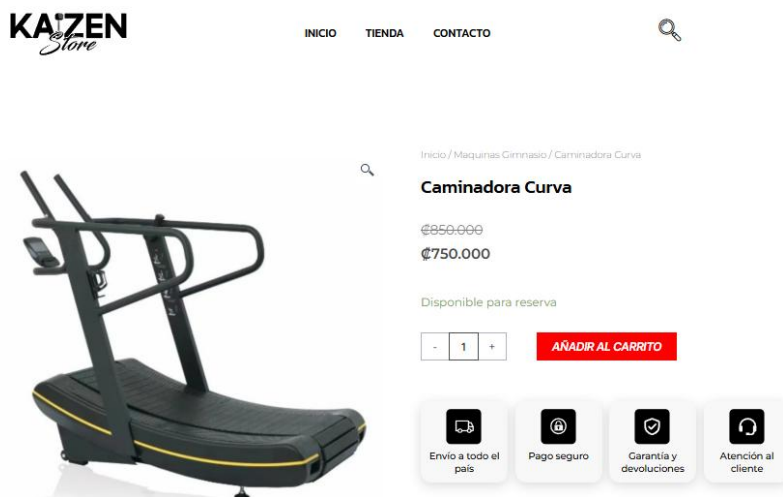
*Cotización de polea*



Anexo. Cotización obtenida en la página de Kaizen Store en línea, 2025

**Anexo 7**

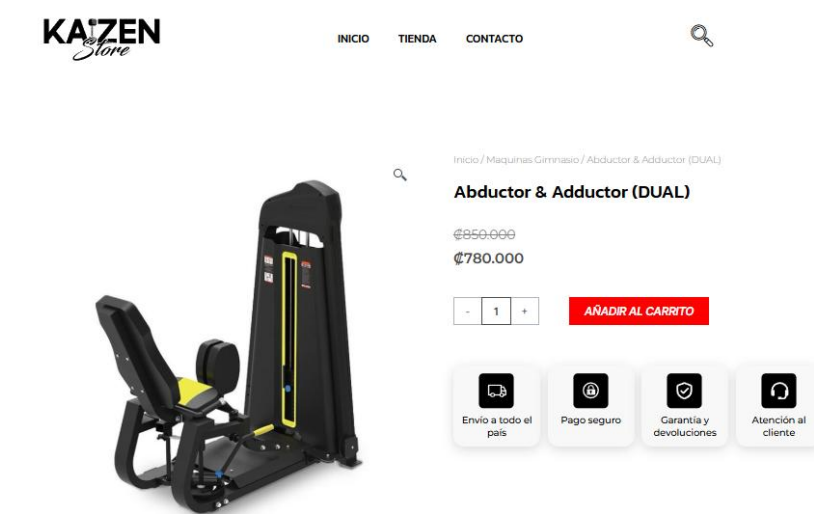
*Cotización de caminadora curva*



Anexo. Cotización obtenida en la página de Kaizen Store en línea, 2025

### Anexo 8

#### Cotización de Máquina de Abductor



Anexo. Cotización obtenida en la página de Kaizen Store en línea, 2025

### Anexo 9

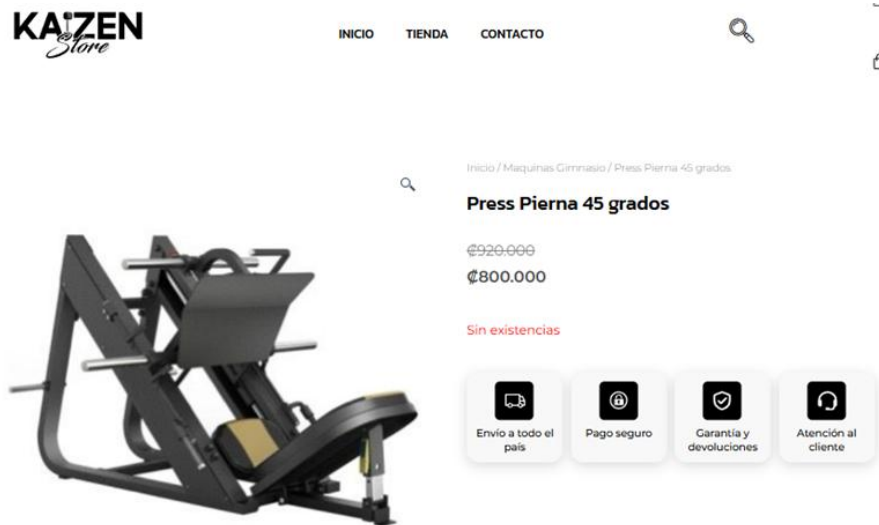
#### Cotización de Press de banca



Anexo. Cotización obtenida en la página de Cicadex Store en línea, 2025

## Anexo 10

Cotización de máquina press de pierna.



The screenshot shows the Kaizen Store website. The header includes the logo 'KAIZEN Store' and navigation links: INICIO, TIENDA, CONTACTO. A search icon and a shopping cart icon are also visible. The main content area features a product image of a leg press machine. To the right of the image, the product name is 'Press Pierna 45 grados'. Below the name, the price is listed as '€920.000' with a crossed-out original price of '€800.000'. A red text label indicates 'Sin existencias'. Below the price, there are four service icons: 'Envío a todo el país', 'Pago seguro', 'Garantía y devoluciones', and 'Atención al cliente'. The breadcrumb trail at the top of the product page reads 'Inicio / Maquinas Gimnasio / Press Pierna 45 grados'.

Anexo. Cotización obtenida en la página de Kaizen Store en línea, 2025.

## Anexo 11

Cotización de máquina chest press (Press de pecho).



The screenshot shows the Vita Fuerte website. The header includes the logo 'vita fuerte LET'S GET FIT' and navigation links: INICIO, NOSOTROS, EQUIPMENT, GIMNASIOS, PISOS, SUPLEMENTOS, CONTACTO. A search icon and a shopping cart icon are also visible. The main content area features a product image of a chest press machine. To the right of the image, the product name is 'PRESS DE PECHO'. Below the name, the price is listed as '\$1,070.00'. A descriptive paragraph follows: 'El press de pecho inclinado se enfoca principalmente en los músculos pectorales mayores superiores, así como en los deltoides anteriores y tríceps. Se pueden activar los músculos del núcleo, incluyendo los abdominales y los músculos de la espalda. También así pueden realizarse variaciones unilaterales para mayor enfoque y técnica del usuario.' Below the description, there is a section titled 'Este equipo es perfecto para usos en:' followed by a bulleted list: 'Gimnasios.', 'Salas de entrenamientos personales.', 'Hogares.', and 'Hoteles.' At the bottom of the product page, there is an orange button with the text 'SOLICITAR COTIZACIÓN'.

Anexo. Cotización obtenida en la página de Vita Fuerte en línea, 2025.

**Anexo 12**

Cotización de máquina High pull.

KAIZEN Store

INICIO TIENDA CONTACTO

Inicio / Maquinas Gimnasio / Remo Bajo & Jalón Alto (DUAL)

**Remo Bajo & Jalón Alto (DUAL)**

€900.000  
₡780.000

- 1 + **AÑADIR AL CARRITO**

Envío a todo el país Pago seguro Garantía y devoluciones Atención al cliente

Anexo. Cotización obtenida en la página de Kaizen Store en línea, 2025.

**Anexo 13**

Cotización de máquina Smith Machine.

KAIZEN Store

INICIO TIENDA CONTACTO

Inicio / Maquinas Gimnasio / Smith Machine

**Smith Machine**

€840.000  
₡780.000

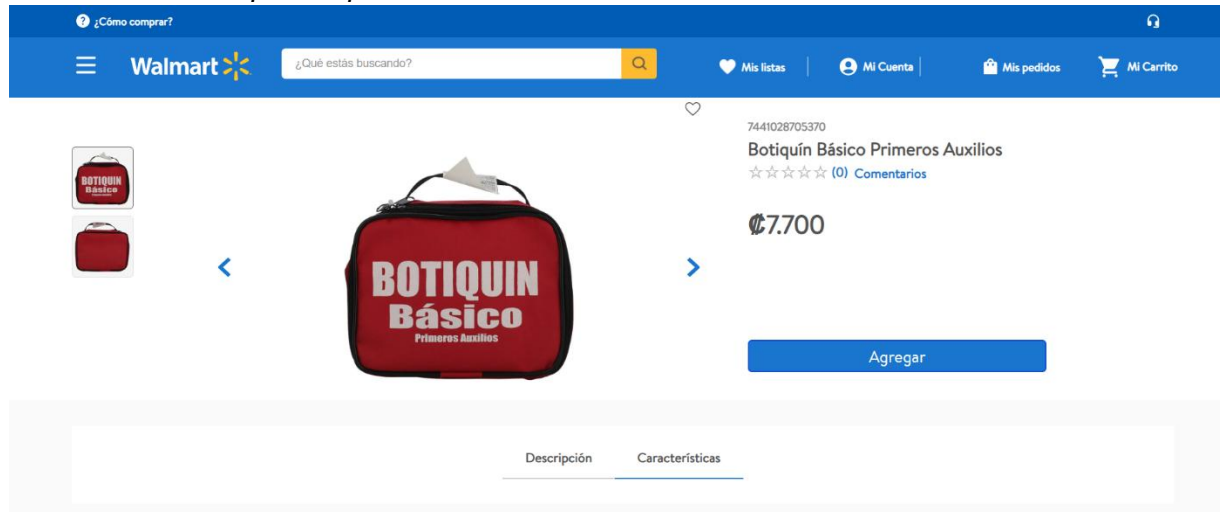
Sin existencias

Envío a todo el país Pago seguro Garantía y devoluciones Atención al cliente

Anexo. Cotización obtenida en la página de Kaizen Store en línea, 2025

## Anexo 14

### Cotización de botiquín de primero auxilios



Walmart

¿Qué estás buscando?

Mis listas | Mi Cuenta | Mis pedidos | Mi Carrito

7441028705370  
Botiquín Básico Primeros Auxilios  
☆☆☆☆☆ (0) Comentarios

\$7.700

Agregar

Descripción Características

Anexo. Cotización obtenida en la página de Walmart en línea, 2025.

## Anexo 15

### Cotización de Extintor ABC recargable 1 Kg



PEQUEÑO MUNDO

Buscar

Carrito | Lista de Deseos | Mi Pequeño Mundo | Regístrate

ABARROTES | HOGAR | MUEBLES | FERRETERÍA | MASCOTAS | VERANO | ELECTRODOMÉSTICOS | MALLAS DE CONSTRUCCIÓN

MI NEGOCIO LIMPIO | LIQUIDACIÓN

Extintor abc recargable 1kg

Extintor abc recargable 1kg  
SKU: 10040016  
Se es primero en dejar una reseña para este artículo

Extintor 1 kg ABC, recargable

\$5 200,00

Disponibilidad: Disponible

1 Agregar al Carrito

Extintor abc recargable 1kg

Anexo. Cotización obtenida de la página de Pequeño Mundo en línea, 2025.

## Anexo 16


### Cotización de Rótulo de Ruta de evacuación

Costa Rica

**EPA**

Productos Nuevos Tiendas Ideas Promociones Temporadas Acción Social Preferidos Únete al equipo Venta Empresas [Iniciar Sesión](#)

[Inicio](#) / [Productos](#) / [Seguridad](#) / [Señalización](#) / [Señalización industrial](#) / **Rótulo: "Ruta de evacuación"**



**Rótulo: "Ruta de evacuación"**

**• 2.195**

Código: 100014594

Cantidad  [Agregar](#)

[Llévelo a cuotas con Credix](#) [WhatsApp](#)

Anexo. Cotización obtenida de EPA en línea, 2025.

## Anexo 17

### Cotización de Rótulo de Salida

Costa Rica

**EPA**

Productos Nuevos Tiendas Ideas Promociones Temporadas Acción Social Preferidos Únete al equipo Venta Empresas [Iniciar Sesión](#)

[Inicio](#) / [Productos](#) / [Seguridad](#) / [Señalización](#) / [Señalización industrial](#) / **Rótulo: "Salida"**



**Rótulo: "Salida"**

**• 1.995**

Listo para instalar

Código: 100014590

Cantidad  [Agregar](#)

[Llévelo a cuotas con Credix](#) [WhatsApp](#)

Anexo. Cotización obtenida de EPA en línea, 2025.

## Anexo 18

### Proforma de insumos en Colono Construcción

0051 ALMACENES EL COLONO S.A (LIBERIA)

3-101-082969  
Telef.: 2523-9280 Fax:

### FACTURA PROFORMA

COTIZA Y COMPRA POR MEDIO DE FACEBOOK O INSTAGRAM COMO COLONO CONSTRUCCIÓN O AL WHATSAPP 60557181

Cliente : 262267 RODRIGUEZ LOPEZ ROLVIN

Número : 221031

Cuenta : 001 RODRIGUEZ LOPEZ ROLVIN

Plazo : 1 días

Vend. : 0079 SALESKA RACHEL MANZANARES HURTADO

Fecha : 12/05/2025

Dir. : PASO TEMPISQUE CARRILLO GUANACASTE


Cantidad	Codigo	Nombre	Presentacion	Precio Unitario	Precio Linea
30.000	2035219	ZINC OND ALUM #28 0.81X3.66MTS 0.31MM SOIN	UND	6,858.41	205,752.30 *
20.000	2011030	PERFIL C GALVA 70X50 1.20MM 6MTS	UND	5,714.12	114,282.40 *
8.000	1999617	CUMBRERA ALUMINIZADA #28X30(12")1.83	UND	1,787.29	14,298.32 *
13.000	2014461	TUBO ESTRUC GALVA 72X72X1.20MM 6MTS	UND	9,702.71	126,135.23 *
6.000	7273551	TORNILLO TECHO 1/4X2" P/B HG 100UND	PAQUETE	2,522.12	15,132.72 *
3.000	7972131	SOLDADURA 6013 3/32 2.5X350 1KG HILCO	PTE 1KG	4,646.02	13,938.06 *
3.000	7178452	ING DISCO METAL 4.1/2" 1.2MM MCD161151/121155	UND	522.12	1,566.36 *
35.000	1000999	CEMENTO GRIS FUERTE 50KG HOLCIM	UND	5,752.21	201,327.35 *
80.000	1038144	MADERA FORMALETA 1X12 VRS	VARA	1,641.60	131,328.00 *
45.000	5000065	SERVICIO TRANSPORTE GENERAL	UND	884.96	39,823.20 *
5.000	5002574	AGREGADO ARENA DE RIO	ENTREGA DIREC	15,125.00	75,625.00 *
3.000	5002571	AGREGADO PIEDRA CUARTA GRIS 1"	ENTREGA DIREC	16,597.35	49,792.05 *
64.000	5000066	SERVICIO TRANSPORTE AGREGADO	ENTREGA DIREC	1,704.10	109,062.40 *

Última Línea

Cotización de insumos para la construcción de la sala de fuerza en Colono Construcción, 2025.

## Anexo 19

### Cotización de alfombra de hule para gimnasios



**110.000 MIEMBROS**  
Grupo de Ganado y Fincas Costa Rica

**Agro Costa Rica**  
Grupo - Público · 122,6 mil miembros

Información **Conversación** Destacados Eventos Archivos

**Destacados** ①

**Brandon Araya**  
23 de octubre de 2024 · 🌐


Alfombra de hule para agropecuario o multi usos (gimnasio)  
Medida: 125x 185  
Espesores  
17mm - ₡30,000  
19mm - ₡35,000  
Anti lesiones  
No filtra líquidos  
Anti deslizante  
Absorción de impacto  
Garantía 1 año  
Estamos ubicados en Alajuela, San Antonio del Téjar, Por la Planificadora BIMBO  
Contáctenos al 7110-6510  
Es un placer atenderlos

Anexo. Cotización en Agro Costa Rica Facebook, 2025.

Anexo.






## Anexo 20

## Cotización de préstamo en Banco Popular




CBP-A1

### TASA EFECTIVA 2025 BANCA EMPRESARIAL Y CORPORATIVA

CREDITO	TASA	TASA EFECTIVA (*)	PLAZO EN MESES	CUOTA POR MILLON
* Crédito FEDE - Banca Desarrollo Social (Garantía Hipotecaria Certificados o Pagare)	Tasa Basica Pasiva+1.50	7,12%	180	€8 868,38
* Crédito FEDE - Banca Desarrollo Social (Garantía Fiduciaria)	Tasa Basica Pasiva+1.51	7,55%	72	€16 956,85
* Crédito FEDE - Banca Desarrollo Social (Garantía Prendaria)	Tasa Basica Pasiva+1.52	7,71%	60	€19 724,55
* Crédito FEDE Banca Segundo Piso Línea	Tasa Basica Pasiva	6,97%	180	€8 786,37
* FEVI	Tasa Basica Pasiva+1.5 p.p.	10,24%	360	€6 626,13
* FEVI (si tiene PAS o se afilia se le cobra 1%)	Tasa Basica Pasiva+1.5 p.p.	10,08%	360	€6 626,13
Sector microempresa Hipotecaria	Tasa Basica Pasiva+4.5 p.p.	11,84%	240	€10 714,05
Sector microempresa Hipotecaria Casa Habitación (Crédito con aval FODEMPYME)	Tasa Basica Pasiva+4.0 p.p.	11,34%	240	€10 400,00
* Sector microempresa Prendaria y mobiliaria (Crédito con aval FODEMPYME)	Tasa Basica Pasiva+5.5 p.p.	14,52%	60	€23 034,79
* Sector microempresa Fiduciaria	Tasa Basica Pasiva+5.5 p.p.	13,06%	72	€20 139,62
* Sector microempresa CDP (Crédito con aval FODEMPYME)	Tasa Basica Pasiva+4.00 p.p.	10,80%	240	€10 269,18
* Sector pequeña y mediana empresa (PYMES) Hipotecaria (Aval FODEMYME)	Tasa prime+3.00 p.p.	13,97%	180	\$23.90
* Sector pequeña y mediana empresa (PYMES) Prendaria (Aval FODEMYME)	Tasa prime+3.00 p.p.	<b>15,26%</b>	<b>60</b>	<b>\$42.99</b>
* Programa BP Empresarias (Crédito con aval FODEMYME)	Tasa Basica Pasiva	7,40%	240	€8 093,50

Vea también: [115 Votos: 510.00](#)

Inicio > Calculadora de Crédito en Dólares
INICIO
PERSONAS
EMPRESAS
BANCA SOCIAL
BP BLOG
CONTACTO

## Calculadora de Crédito en Dólares

Este servicio es únicamente como referencia para ayudarle en su decisión, sin embargo, debe considerar que las condiciones pueden variar ya que el precio final esta determinado por otras condiciones como garantía, tasa de interés, comisiones, seguros y características propias de cada cliente.

**IMPORTANTE: Antes de realizar el cálculo, consulte las tasas de interés.**

**Monto**

**Plazo (meses)**

**Tasa**

CALCULAR

LIMPIAR CAMPOS

Resultado:  
**\$393.09**

CONSULTE AQUÍ LAS TASAS Y COMISIONES



Anexo. Cotización del préstamo Sector pequeña y mediana empresa (PYMES) Prendaria (Aval FODEMIYME) de \$16 428,99 en el Banco Popular, 2025.

## Anexo 21

### Información sobre préstamos en Banco de Costa Rica



Crédito para Aceleración de Empresas Fondos FCD

Aceleración de Empresas con Fondos FCD



Este crédito está dirigido a:

- Personas Jurídicas nacionales o Físicas costarricenses o extranjeras cuya permanencia en el país se encuentre ajustada a derecho que se dediquen a actividades empresariales y que cumplan con los objetivos de la Ley N° 9274 y con los artículos 6 y 7 de la Ley.



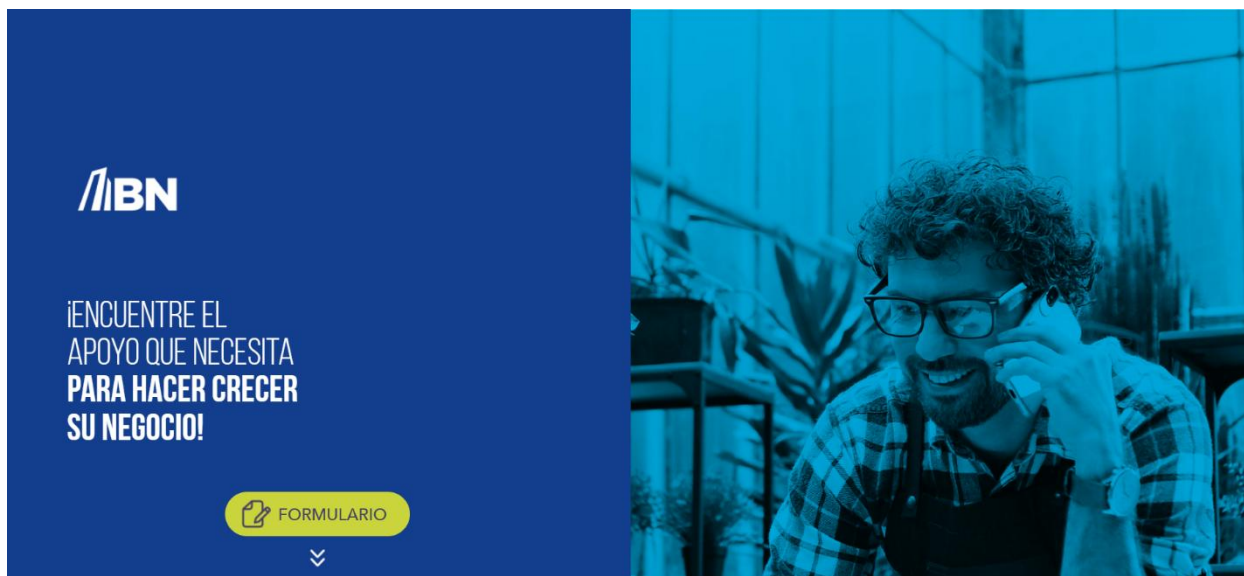
Anexo. Crédito Aceleración de empresas del Banco de Costa Rica, 2025.

Para conocer más sobre el crédito de Aceleración de empresas y sus condiciones, puede ingresar al siguiente enlace:

[https://www.bancobcr.com/wps/portal/bcr/bancobcr/mipymes/sbd/aceleracion\\_fcd/#:~:text=%2D%20Llenar%20los%20formularios%20del%20BCR,autom%C3%A1tico%20del%20pago%20del%20pr%C3%A9stamo.&text=Debido%20a%20las%20fluctuaciones%20del,o%20CentroAsistenciaBCR@bancobcr.com](https://www.bancobcr.com/wps/portal/bcr/bancobcr/mipymes/sbd/aceleracion_fcd/#:~:text=%2D%20Llenar%20los%20formularios%20del%20BCR,autom%C3%A1tico%20del%20pago%20del%20pr%C3%A9stamo.&text=Debido%20a%20las%20fluctuaciones%20del,o%20CentroAsistenciaBCR@bancobcr.com)

## Anexo 22

Información de la tasa de interés en Banco Nacional



Anexo. Crédito BN Pyme Fácil

Para conocer más la tasa de interés del Crédito BN Pyme Fácil, puede ingresar al siguiente enlace: <https://www.bncr.fi.cr/solicitar-credito-pymes?moneda=D%C3%B3lares&monto=0>

## Anexo 23

Proyección de ventas, a cinco años, de la sala de fuerza de Congos Functional Training.

Sala de fuerza Congos Functional Training Proyección de ventas a 5 años		
Año	Inflación	Ventas
2025	0,37%	\$1 205 668,66
2026	0,37%	\$1 210 129,64
2027	0,37%	\$1 214 607,12
2028	0,37%	\$1 219 101,16
2029	0,37%	\$1 223 611,84

Inflación a  
Abril 2025  
obtenida del  
BCCR

Anexo. Cálculo de proyección de ventas a cinco años. Elaboración propia.

**Anexo 24***Proyección de ventas, a cinco años, de la mensualidad del gimnasio en sus servicios actuales*

Clientes activos de Congos Functional Training	110
Clientes interesados en la sala de fuerza	50
Clientes activos no interesados en la sala de fuerza	60
Mensualidad del gimnasio	\$ 62,6
	\$ 3 757,2

Inflación a Abril 2025  
obtenida del BCCR

<b>Congos Functional Training Servicios actuales</b>		
<b>Proyección de ventas a 5 años</b>		
<b>Año</b>	<b>Inflación</b>	<b>Ventas</b>
2025	0,37%	\$ 3 757,20
2026	0,37%	\$ 3 771,10
2027	0,37%	\$ 3 785,05
2028	0,37%	\$ 3 799,06
2029	0,37%	\$ 3 813,12

Anexo. Cálculo de proyección de ventas, a cinco años, de la mensualidad del gimnasio. Elaboración propia, 2025.

**Anexo 25***Proyección de gastos por servicios públicos.*

<b>Sala de fuerza Congos Functional Training</b>		
<b>Proyección Gastos por servicios publicos</b>		
<b>Año</b>	<b>Inflación</b>	<b>Ventas</b>
2025	0,37%	\$ 352,25
2026	0,37%	\$ 353,55
2027	0,37%	\$ 354,86
2028	0,37%	\$ 356,17
2029	0,37%	\$ 357,49

Inflación a Abril 2025  
obtenida del BCCR

Anexo. Cálculo de proyección de gastos por servicios públicos con un aumento del 5%, considerado el gasto de la sala de fuerza. Elaboración propia, 2025.

**Anexo 26**

*Proyección Gastos por insumos de limpieza.*

<b>Sala de fuerza Congos Funcional Training</b>		
<b>Proyección Gastos por insumos de limpieza</b>		
<b>Año</b>	<b>Inflación</b>	<b>Ventas</b>
2025	0,37%	\$ 246,58
2026	0,37%	\$ 247,49
2027	0,37%	\$ 248,40
2028	0,37%	\$ 249,32
2029	0,37%	\$ 250,24

Inflación a Abril 2025  
obtenida del BCCR

Anexo. Cálculo de proyección de gastos por insumos de limpieza con aumento de 5%, considerando el gasto de la sala de fuerza. Elaboración propia, 2025.

**Anexo 27**

*Datos del préstamo por solicitar, Crédito Aceleración de empresas del BCR*

<b>Sala de fuerza de Congos Fuctional Training</b>		
<b>Datos del préstamos a solicitar</b>		
<b>Datos</b>	<b>Anual</b>	<b>Mensual</b>
Capital	<b>\$ 16 428,99</b>	
Plazo	<b>5</b>	60
Tasa de interés	<b>6,27%</b>	0,005225

Sala de fuerzade Congos Funcional Training  
**Préstamo en \$ con un plazo de 5 años**

Anexo. Datos realizados en hoja de Excel. Elaboración propia, 2025.

## Anexo 28

## Cálculo del préstamo por solicitar, Crédito Aceleración de empresas del BCR

Sala de fuerza de Congos Fuctional Training				
Préstamo a 5 años				
Periodo	Saldo	Interés	Amortización	Cuota
0	\$ 16 428,99			
1	\$ 16 195,15	\$ 85,84	\$ 233,84	\$ 319,69
2	\$ 15 960,08	\$ 84,62	\$ 235,07	\$ 319,69
3	\$ 15 723,79	\$ 83,39	\$ 236,29	\$ 319,69
4	\$ 15 486,26	\$ 82,16	\$ 237,53	\$ 319,69
5	\$ 15 247,49	\$ 80,92	\$ 238,77	\$ 319,69
6	\$ 15 007,48	\$ 79,67	\$ 240,02	\$ 319,69
7	\$ 14 766,20	\$ 78,41	\$ 241,27	\$ 319,69
8	\$ 14 523,67	\$ 77,15	\$ 242,53	\$ 319,69
9	\$ 14 279,87	\$ 75,89	\$ 243,80	\$ 319,69
10	\$ 14 034,80	\$ 74,61	\$ 245,07	\$ 319,69
11	\$ 13 788,45	\$ 73,33	\$ 246,35	\$ 319,69
12	\$ 13 540,81	\$ 72,04	\$ 247,64	\$ 319,69
13	\$ 13 291,87	\$ 70,75	\$ 248,93	\$ 319,69
14	\$ 13 041,64	\$ 69,45	\$ 250,24	\$ 319,69
15	\$ 12 790,09	\$ 68,14	\$ 251,54	\$ 319,69
16	\$ 12 537,24	\$ 66,83	\$ 252,86	\$ 319,69
17	\$ 12 283,06	\$ 65,51	\$ 254,18	\$ 319,69
18	\$ 12 027,55	\$ 64,18	\$ 255,51	\$ 319,69
19	\$ 11 770,71	\$ 62,84	\$ 256,84	\$ 319,69
20	\$ 11 512,53	\$ 61,50	\$ 258,18	\$ 319,69
21	\$ 11 253,00	\$ 60,15	\$ 259,53	\$ 319,69
22	\$ 10 992,11	\$ 58,80	\$ 260,89	\$ 319,69
23	\$ 10 729,86	\$ 57,43	\$ 262,25	\$ 319,69
24	\$ 10 466,24	\$ 56,06	\$ 263,62	\$ 319,69
25	\$ 10 201,24	\$ 54,69	\$ 265,00	\$ 319,69
26	\$ 9 934,85	\$ 53,30	\$ 266,38	\$ 319,69
27	\$ 9 667,08	\$ 51,91	\$ 267,78	\$ 319,69
28	\$ 9 397,90	\$ 50,51	\$ 269,17	\$ 319,69
29	\$ 9 127,32	\$ 49,10	\$ 270,58	\$ 319,69
30	\$ 8 855,33	\$ 47,69	\$ 271,99	\$ 319,69
31	\$ 8 581,91	\$ 46,27	\$ 273,42	\$ 319,69
32	\$ 8 307,07	\$ 44,84	\$ 274,84	\$ 319,69
33	\$ 8 030,79	\$ 43,40	\$ 276,28	\$ 319,69
34	\$ 7 753,06	\$ 41,96	\$ 277,72	\$ 319,69
35	\$ 7 473,89	\$ 40,51	\$ 279,18	\$ 319,69
36	\$ 7 193,25	\$ 39,05	\$ 280,63	\$ 319,69
37	\$ 6 911,15	\$ 37,58	\$ 282,10	\$ 319,69
38	\$ 6 627,58	\$ 36,11	\$ 283,57	\$ 319,69
39	\$ 6 342,52	\$ 34,63	\$ 285,06	\$ 319,69
40	\$ 6 055,98	\$ 33,14	\$ 286,55	\$ 319,69
41	\$ 5 767,93	\$ 31,64	\$ 288,04	\$ 319,69
42	\$ 5 478,38	\$ 30,14	\$ 289,55	\$ 319,69
43	\$ 5 187,32	\$ 28,62	\$ 291,06	\$ 319,69
44	\$ 4 894,74	\$ 27,10	\$ 292,58	\$ 319,69
45	\$ 4 600,63	\$ 25,58	\$ 294,11	\$ 319,69
46	\$ 4 304,99	\$ 24,04	\$ 295,65	\$ 319,69
47	\$ 4 007,79	\$ 22,49	\$ 297,19	\$ 319,69
48	\$ 3 709,05	\$ 20,94	\$ 298,74	\$ 319,69
49	\$ 3 408,74	\$ 19,38	\$ 300,31	\$ 319,69
50	\$ 3 106,87	\$ 17,81	\$ 301,87	\$ 319,69
51	\$ 2 803,42	\$ 16,23	\$ 303,45	\$ 319,69
52	\$ 2 498,38	\$ 14,65	\$ 305,04	\$ 319,69
53	\$ 2 191,75	\$ 13,05	\$ 306,63	\$ 319,69
54	\$ 1 883,52	\$ 11,45	\$ 308,23	\$ 319,69
55	\$ 1 573,67	\$ 9,84	\$ 309,84	\$ 319,69
56	\$ 1 262,21	\$ 8,22	\$ 311,46	\$ 319,69
57	\$ 949,12	\$ 6,60	\$ 313,09	\$ 319,69
58	\$ 634,39	\$ 4,96	\$ 314,73	\$ 319,69
59	\$ 318,02	\$ 3,31	\$ 316,37	\$ 319,69
60	\$ 0,00	\$ 1,66	\$ 318,02	\$ 319,69

Anexo. Cálculos realizados en hoja de Excel. Elaboración propia, 2025.

## Anexo 29

Cuadro resumen del préstamo Crédito de Aceleración de empresas del BCR

Sala de fuerza de Congos Fuctional Training			
Préstamo a 5 años			
Año	Gasto por interés	Amortización	Cuota
2025	\$ 948,04	\$ 2 888,19	\$3 836,22
2026	\$ 761,65	\$ 3 074,57	\$3 836,22
2027	\$ 563,24	\$ 3 272,98	\$3 836,22
2028	\$ 352,02	\$ 3 484,20	\$3 836,22
2029	\$ 127,17	\$ 3 709,05	\$3 836,22

	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Préstamo por pagar	\$ 13 540,81	\$ 10 466,24	\$ 7 193,25	\$ 3 709,05	\$ 0,00

Anexo. Cuadro resumen realizado en hoja de Excel. Elaboración propia, 2025.

## Anexo 30

Depreciación de activos requeridos

Activo	Cantidad	Valor del activo	Valor total del activo	Valor de desecho	Vida útil	Depreciación mensual	Depreciación anual
Polea	5	\$ 430,53	\$ 2 152,65	0	15	\$ 2,39	\$ 28,70
Cinta para correr	1	\$ 1 663,40	\$ 1 663,40	0	12	\$ 11,55	\$ 138,62
Máquina de abductor	2	\$ 1 663,40	\$ 3 326,80	0	10	\$ 13,86	\$ 166,34
Press de banca	2	\$ 390,41	\$ 780,82	0	40	\$ 0,81	\$ 9,76
Press de pierna	2	\$ 1 815,60	\$ 3 631,20	0	3	\$ 50,43	\$ 605,20
Chest press	2	\$ 1 070,90	\$ 2 141,80	0	5	\$ 17,85	\$ 214,18
High pull	1	\$ 1 761,25	\$ 1 761,25	0	5	\$ 29,35	\$ 352,25
Smith machine	1	\$ 1 643,83	\$ 1 643,83	0	10	\$ 13,70	\$ 164,38
Edificio	1	\$ 5 223,37	\$ 5 223,37	0	25	\$ 17,41	\$ 208,93
Botiquín básico de primero auxilios	1	\$ 15,70	\$ 15,70	0	5	\$ 0,26	\$ 3,14
Extintores ABC recargable 1 Kg	2	\$ 10,18	\$ 20,36	0	20	\$ 0,04	\$ 0,51
Rótulo de Ruta de evacuación	2	\$ 4,29	\$ 8,58	0	10	\$ 0,04	\$ 0,43
Rótulo de Salida	2	\$ 3,90	\$ 7,80	0	10	\$ 0,03	\$ 0,39
<b>Total</b>			<b>\$ 22 377,56</b>			<b>\$ 157,74</b>	<b>\$ 1 892,83</b>

Anexo. Cálculos de depreciaciones realizados en hoja de Excel a través de la fórmula de depreciación

lineal, considerando todos los activos con un valor de desecho de \$0. Elaboración propia, 2025.

### Anexo 31

#### Proyección de ingresos mensuales de la sala de fuerza y Paquete Fit

Estacionalidad con base en datos proporcionados por Ruth Marín, administradora de Congos Funcional Training.

Sala de fuerza Congos Funcional Training			
Proyección de ingresos mensuales de Sala de fuerza y Paquete Fit			
Año 2025			
Mes	Estacionalidad	Ventas monetarias	
Enero	9%	\$	108 510,18
Febrero	15%	\$	180 850,30
Marzo	11%	\$	132 623,55
Abril	10%	\$	120 566,87
Mayo	12%	\$	144 680,24
Junio	8%	\$	96 453,49
Julio	9%	\$	108 510,18
Agosto	7%	\$	84 396,81
Septiembre	7%	\$	84 396,81
Octubre	4%	\$	48 226,75
Noviembre	3%	\$	36 170,06
Diciembre	5%	\$	60 283,43
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>\$</b>	<b>1 205 668,66</b>

Elaboración propia, 2025.

### Anexo 32

#### Proyección de ingresos mensuales del gimnasio

Sala de fuerza Congos Funcional Training			
Proyección de ingresos mensuales del Gimnasio			
Año 2025			
Mes	Estacionalidad	Ventas monetarias	
Enero	9%	\$	338,15
Febrero	15%	\$	563,58
Marzo	11%	\$	413,29
Abril	10%	\$	375,72
Mayo	12%	\$	450,86
Junio	8%	\$	300,58
Julio	9%	\$	338,15
Agosto	7%	\$	263,00
Septiembre	7%	\$	263,00
Octubre	4%	\$	150,29
Noviembre	3%	\$	112,72
Diciembre	5%	\$	187,86
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>\$</b>	<b>3 757,20</b>

Estacionalidad con base en datos proporcionados por Ruth Marín, administradora de Congos Funcional Training.

Elaboración propia, 2025.

Heredía, 8 de julio de 2025

Señores

Universidad Nacional

Sede Regional Chorotega

Carrera de Administración

Estimados señores:

He leído y corregido el Trabajo Final de Graduación denominado: **Plan de inversión para la expansión y comercialización de una sala de fuerza en Congos Functional Training ubicado en Paso Tempisque para el año 2025**, elaborado por los estudiantes Abigail Gutiérrez Gutiérrez, Dalma Espinoza Canales, Rolvin Rodríguez López y Yarixa Hernández Tejeda, para optar por el grado de Licenciatura en Administración con Énfasis en Gestión Financiera.

Corregí en el trabajo aspectos como estructura de párrafos, vicios del lenguaje que se trasladan al escrito, ortografía, puntuación y otros relacionados con el campo filológico, y desde ese punto de vista, considero que está listo para ser presentado como Trabajo Final de Graduación, por cuanto cumple con los requisitos establecidos por esa institución.

Atentamente,



Licda. Luisa Hernández Hernández

Céd. n.º 7-0038-0373

Carné Colypro n.º 5627

Filóloga

