

Licenciatura en Marketing

STRONG S.R.L – Centro de Entrenamiento Físico

Luis Bernabé Balbuena Zalazar

**Asunción – Paraguay
2016**

ÍNDICE

I. PORTADA	1
II. AGRADECIMIENTO	2
III. DEDICATORIA	3
IV. ÍNDICE	4
V. ÍNDICE DE TABLAS	8
VI. JUSTIFICACIÓN DE LA IDEA DEL PROYECTO	12
VII. INTRODUCCIÓN	13
1. CAPÍTULO I – JURÍDICO	19
1.1 Introducción a la idea del Proyecto.....	20
1.2 Requerimientos Jurídicos.....	20
1.2.1. Denominación.....	20
1.2.2. Tipo de Sociedad	20
1.2.3. Constitución Jurídica	20
2. CAPÍTULO II – INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	32
2.1. Objetivo General de la Investigación.....	33
2.2. Justificación	33
2.2.1. Problema	33
2.2.2. Objetivos.....	33
2.2.3. Requerimientos	34
2.2.4. Objetivos análisis de la demanda	36
2.3. Diseño de la Investigación	38
2.3.1. Diseño descriptivo.....	38
2.4. Recolección de datos.....	39
2.5. Determinación del plan y tamaño de la muestra.....	50
2.5.1. Definición	50
2.5.2. Identificación de la muestra.....	50
2.5.3. Determinación del tamaño de la muestra.....	51
2.5.4. Selección de procedimiento de muestreo.....	51
2.6. Recolección de datos.....	55
2.7. Informe.....	75
3. CAPÍTULO III – PLAN DE MARKETING	77
3.1. Análisis de la Macrosegmentación	78
3.2. Análisis de la Microsegmentación	80
3.3. Análisis de la Demanda	82
3.2.1. Cuota de mercado	83
3.2.2. Demanda Global	85
3.2.3. Mercado potencial absoluto.....	86
3.2.4. Demanda de la empresa	87
3.4. Plan de Marketing.....	92
3.4.1. Análisis situacional foda.....	92
3.4.2. Objetivos y estrategias.....	112
3.5. Imagen corporativa	123
3.5.1. Manual de Imagen corporativo	123

3.5.2. Creación del isotipo (ícono)	124
3.5.3. Marca «Strong».....	124
3.5.4. Grilla constructiva.....	125
3.5.5. Zona de seguridad.....	125
3.5.6. Gama cromática	126
3.5.7. Versiones cromáticas.....	127
3.5.8. Código tipográfico	127
3.5.9. Tipografía del logotipo	128
3.5.10. Tipografía de la nomenclatura	128
3.5.11. Aplicaciones incorrectas.....	129
3.5.12. Identidad corporativa	129
4. CAPÍTULO IV – ADMINISTRACIÓN	140
4.1. Alineamiento Estratégico.....	141
4.1.1. Visión.....	141
4.1.2. Misión	141
4.1.3. Localización de la empresa	141
4.1.1. Análisis de la estructura del sector según Michael Porter	143
4.1.2. Matriz de Ansoff, estrategias de crecimiento	150
4.2. Plan de Administración.....	153
4.2.1. Análisis situacional foda.....	153
4.2.2. Objetivos y estrategias.....	168
4.3. Estructura Organizacional.....	175
4.3.1. Organigrama	175
4.3.2. Layout	182
4.3.3. Manual de funciones.....	186
4.3.4. Manual de procedimiento	206
4.3.5. Fluxogramas.....	210
4.3.6. Recursos humanos	214
4.4. Análisis de estructura de costos.....	215
4.3.5. Adquisición de Activos.....	215
4.5. Plan de cuentas.....	218
5. CAPÍTULO V – ASPECTO ECONOMICO.....	225
5.1. Producto interno Bruto (PIB)	226
5.2. Balanza comercial.....	227
5.3. Fluctuación del tipo de cambio	229
5.4. Comportamiento de la reserva monetaria	230
5.5. Superávit o déficit Fiscal	231
5.6. Inflación	232
6. CAPÍTULO VI – PLAN FINANCIERO DE LA EMPRESA.....	235
6.1. Cuadro de inversiones.....	236
6.2. Cuadro de cronograma de Inversiones.....	241
6.3. Cuadro de Depreciación.....	242
6.4. Cuadro de Servicio de la Deuda.....	243
6.5. Cuadro de RRHH.....	245
6.6. Cuadro de cronograma de producción	246

6.7. Cuadro de Ingresos	248
6.8. Cuadro de Egresos	249
6.9. Cuadro de punto de equilibrio.....	250
6.10. Cuadro de cálculo de Capital de Trabajo.....	251
6.11. Cuadro de Estado de Resultado Proyectado con y sin financiamiento.....	253
6.12. Cuadro de Flujo de Caja Proyectado con y sin financiamiento	255
6.13. Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectado con y sin financiamiento	258
6.14. Cuadro de Balances Proyectado con y sin financiamiento	260
6.15. Indicadores Financieros.....	263
VIII. CONCLUSIÓN.....	265
IX. ANEXOS	267
X. BIBLIOGRAFÍA.....	280

INTRODUCCIÓN

Strong S.R.L es un centro de entrenamiento que va dirigido a personas que desean mejorar su integridad física y mantener una vida saludable a través de entrenamientos grupales y personalizados, acondicionado con equipos de última tecnología e instructores capacitados para poder brindar un entrenamiento de calidad y satisfacción.

El propósito principal de una empresa es ser rentable, ofrecer productos y servicios sobre la base principal de las necesidades del mercado y la innovación. El Centro debe de tener conocimiento de las últimas tecnologías en lo que respecta a las innovaciones y modificaciones de los equipos.

Para la empresa, la responsabilidad social implica mantener un comportamiento ético y transparente, contribuir al desarrollo sustentable, respetar la normatividad internacional e involucrar a todas las partes interesadas a fin de crear un compromiso integral. Ahora detallamos todos los servicios que se brindará en nuestro centro:

- Zumba Fitness
- Pilates Reformer
- Entrenamiento Personalizado
- Pilates Cadillac
- Zumba Gold
- Zumba Step
- Zumba Toning