

**Ingeniería Comercial**

**“MAES GYM S.R.L”**

**Alumnas:**

**Perla Beatriz Baranda Gill  
Yenny Esther Britez Giménez**

**Asunción - Paraguay  
2021**

## ÍNDICE

Agradecimiento.....	3
Dedicatoria.....	4
Resumen Ejecutivo.....	5
Introducción.....	7
<b>CAPITULO I. ASPECTOS JURIDICOS</b>	
1.1 Introducción a la idea de Proyecto.....	21
1.2 Requerimientos Jurídico para la Constitución de la Sociedad.....	22
1.2.1 Tipos de Sociedad Vigente en la República del Paraguay.....	22
1.3 Pasos para la Constitución Jurídica.....	30
1.3.1 Escritura de Constitución.....	30
1.3.2 Inscripción Registro Único de Comercio.....	32
1.3.3 Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas.....	33
1.3.4 Matrícula de Comerciante.....	36
1.3.5 Inscripción en la Dirección de Apoyo R.U.C.....	37
1.3.6 Rubrica de Libros Contables.....	40
1.3.7 Apertura Municipalidad de Asunción.....	41
1.3.8 Inscripción en el Instituto de Previsión Social.....	43
1.3.9 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.....	45
1.3.10 Dirección de Propiedad (Registro de Marcas) .....	48
1.3.11 Trámite para Habilitación Ministerio de Salud.....	52
1.3.12 Gastos totales en trámites jurídicos.....	54
<b>CAPITULO II. INVESTIGACION DE MERCADOS</b>	
2.1 Concepto de Investigación de Mercados.....	56
2.2 Para qué sirve el objetivo General de la Investigación.....	56
2.3 Pasos para la Investigación de Mercados.....	56
2.4 Necesidad de la Información.....	56
2.5 Objetivos y Requerimientos.....	57
2.6 Clasificación de tipos de Investigación de Mercados.....	58
2.7 Procedimiento de Recolección de Datos.....	59
2.8 Diseño de la Muestra.....	68
2.9 Codificación y Tabulación.....	74
2.10 Análisis de Datos.....	82
2.11 Informe Final.....	99
2.12 Costo de Investigación de Mercados.....	100
<b>CAPITULO III. LINEAMIENTO ESTRATÉGICO</b>	
3.1 Análisis de la Macro Segmentación.....	102
3.2 Mercado de Referencia.....	102
3.3 Criterios necesarios para la Macro Segmentación de Mercado.....	103
3.4 ¿Cuáles son las necesidades a satisfacer?.....	103
3.5 ¿Quiénes son los diferentes grupos de compradores interesados?.....	104
3.6 ¿Cuáles son las tecinas de la diferenciación del servicio?.....	104
3.7 Misión.....	105
3.8 Visión.....	106

3.9	Análisis de la Micro Segmentación.....	107
3.10	Ciclo de vida del producto o servicio.....	109
3.11	Competidores que participan en cada etapa.....	110
3.12	Análisis de la demanda.....	112
3.13	Calculo estimación de ventas por un año.....	116
3.14	Calculo estimación de ventas del proyecto por 5 años.....	117
3.15	Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter.....	117
3.16	Estrategia Matriz de Ansoff.....	123
<b>CAPITULO IV. PLAN DE MARKETING</b>		
4.1	¿Que es un Plan de Marketing?.....	127
4.2	¿Que es el Marketing Operativo?.....	128
4.3	Variables Controlables.....	130
4.4	Factores no Controlables.....	136
4.5	Listado Plano.....	142
4.6	Matriz de Interacción.....	144
4.7	Análisis FODA.....	145
4.8	Objetivo del Plan de Marketing.....	147
4.9	Cuadro de Proyección de ventas en base a los objetivos.....	158
4.10	Resumen de Costo de Implementación del Plan de Marketing.....	159
<b>CAPITULO V. ADMINISTRATIVO</b>		
5.1	Lineamiento Estratégico.....	161
5.2	Plan de Administración.....	161
5.3	Listado Plano.....	164
5.4	Matriz de Interacción.....	165
5.5	Matriz FODA.....	166
5.6	Objetivos de Plan de Administración.....	168
5.7	Resumen Implementación de Plan Administrativo.....	172
5.8	Estructura Organizacional.....	172
5.9	Mecanismos de Coordinación y Control según Mintzberg.....	174
5.10	Organigrama.....	177
5.11	Localización de la empresa.....	180
5.12	Métodos de Factores Ponderados.....	180
5.13	Activos Fijos.....	183
5.14	Layout .....	185
5.15	Manual de Funciones.....	186
5.16	Manual de Procedimiento.....	200
5.17	Flujograma.....	202
5.18	Recursos Humanos.....	207
5.19	Medidas Preventivas Sanitarias COVID-19.....	216
5.20	Mano de Obra MAES GYM S.R.L.....	225
5.21	Análisis de Estructura de Costos.....	226
5.22	Plan de Cuentas.....	230
5.23	Identidad Corporativa.....	239
5.24	Papelería.....	242
5.25	Inversión Imagen Corporativa.....	247

5.26 Iva.....	247
<b>CAPITULO VI. ASPECTO ECONÓMICO</b>	
6.1 Producto Interno Bruto PIB.....	249
6.2 Balanza Comercial.....	251
6.3 Fluctuación del tipo de Cambio.....	253
6.4 Comportamiento de la Reserva Monetaria.....	255
6.5 Déficit Fiscal.....	258
6.6 Inflación.....	260
<b>CAPITULO VII. ASPECTO FINANCIERO</b>	
7.1 Definición Técnica.....	263
7.2 Inversiones.....	263
7.3 Cronograma de Inversión y Financiamiento.....	266
7.4 Depreciaciones y Amortizaciones.....	267
7.5 Servicio de Deuda.....	269
7.6 Mano de Obra.....	270
7.7 Cronograma de Producción y Ventas.....	271
7.8 Ingresos por venta.....	272
7.9 Costos Totales.....	273
7.10 Punto de Equilibrio.....	274
7.11 Capital de Trabajo.....	275
7.12 Estado de Resultado con Financiamiento.....	276
7.13 Estado de Resultado sin Financiamiento.....	277
7.14 Flujo de Caja Proyectado con Financiamiento.....	278
7.15 Flujo de Caja Proyectado sin Financiamiento.....	279
7.16 Origen y Aplicación de Fondos con Financiamiento.....	280
7.17 Origen y Aplicación de Fondos sin Financiamiento.....	281
7.18 Balance Proyectado con Financiamiento.....	282
7.19 Balance Proyectado sin Financiamiento.....	283
7.20 Ratios Financieros.....	284
Conclusión.....	286
Recomendación.....	288
Bibliografía.....	289
Anexos.....	294

## RESUMEN

MAES GYM S.R.L es una empresa enfocada en las embarazadas, busca ayudar a las mujeres en etapa de gestación a realizar ejercicios básicos supervisados, para mejorar la capacidad de disminuir el estrés y así también mejorar la movilidad de las articulaciones. El trabajo realizado consta de siete capítulos en las cuales se desarrollan cada uno de los contenidos utilizados las cuales se detallan a continuación:

Capítulo 1: *Aspecto Jurídico*, en este capítulo se detallan los requerimientos jurídicos de acuerdo al tipo de sociedad a constituirse, los documentos y tiempos necesarios para la apertura, además de la localización del emprendimiento.

Capítulo 2: *Investigación de Mercado*, en este capítulo se establecen los objetivos de investigación que orientaran a la toma de decisiones. Se detallan el tipo de investigación a realizarse, procesamiento de datos, la determinación del plan y tamaño de la muestra, la codificación y tabulación, el análisis de datos, al finalizar se realiza un informe con las respectivas conclusiones de los hechos más resaltantes y por último se establece el costo de la investigación.

Capítulo 3: *Lineamiento Estratégico*, en este capítulo se define el mercado de referencia, análisis de la micro segmentación, análisis de la demanda, se proyecta el plan de ventas, análisis de las cinco fuerzas de Porter, evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff, y se identifica los atributos de diferenciación. El plan de Marketing permite cumplir los objetivos propuestos por los emprendedores, el plan cuenta con dos elementos, Marketing Estratégico y Marketing Táctico.

Capítulo 4: *Plan de Marketing*, en este capítulo se hace un análisis situacional utilizando el análisis FODA como fuente de objetivos para ello también se hace uso de las siete p del marketing, definiendo cada variable de manera detallada. Se plantean objetivos cada uno con su respectiva estrategia, política, regla, recursos financieros, materiales, humanos y plan de acción.

Capítulo 5: *Plan de Administración*, en este capítulo se desarrolla el plan y para ello se establece los objetivos a través del análisis situacional, además cada objetivo contiene las respectivas estrategias y planes de acción, así como sus respectivos costos. También se expone la estructura organizacional y los recursos necesarios, así como los activos fijos, el análisis de la estructura de costos y el plan de cuentas.

Capítulo 6: *Aspecto Económico*, en este capítulo incluye el aspecto económico del entorno, se detallan indicadores económicos del país donde se hará apertura de la empresa, Producto interno Bruto (PIB), balanza comercial (importación/exportaciones), fluctuación del tipo de cambio, Comportamiento de la reserva monetaria, Superávit o déficit Fiscal e Inflación. El Plan Financiero es el eje de todo plan de negocios, debe dar al lector una visión muy completa acerca del potencial de la compañía, su rentabilidad, sus requerimientos de inversión y los riesgos financieros involucrados.

Capítulo 7: *Plan Financiero*, en este capítulo se Desarrolla los puntos financieros claves tales como; Proyección de ingresos, Proyección de Costos y Gastos, Inversiones necesarias y Financiación, Estado de Resultados, Flujo de Caja proyectado, Período de recupero de la Inversión, Rentabilidad del Negocio, Capital de trabajo requerido (bruto y neto), Punto de equilibrio (contable y financiero), Detalle tasa de corte o costo de oportunidad, Fuentes y usos de fondos.