



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

Facultad de Negocios

Programa Académico de Administración y Negocios Internacionales
Programa Académico de Marketing

“Wedding Fit”

Trabajo de investigación

Para optar el grado de Bachiller en Administración y Negocios
Internacionales

Para optar el grado de Bachiller en Marketing

AUTOR(ES):

Gárate Patiño, Mario	0000-0002-7008-9288
García Canedo, José luis	0000-0001-7612-6556
Niño de Guzmán Velásquez, Cecilia	0000-0002-1731-3746
Ripas Huamaní, Sandra	0000-0003-2113-561X

ASESOR:

Orlando Ponce Polanco 0000-0002-9704-0345

Lima, 20 de Febrero 2018

*Dedicado a todos nuestros maestros por guiarnos durante estos años y
ens ñarnos el camino de la excelencia.*

Agradecimiento

A mi familia por todo el apoyo incondicional; a mis amigos de la universidad por su buena disposición en los trabajos grupales; a mis amigos compañeros de trabajo por su disposición ante diversas consultas; a mis compañeros de grupo del Curso de Proyecto Empresarial por su esfuerzo, empeño y entrega en la realización del presente trabajo; y finalmente, a mis profesores de la UPC por sus constantes colaboraciones y asesorías cada vez que los he necesitado.

Resumen ejecutivo

En la actualidad es común que las personas contraten empresas especializadas para que organicen sus propios eventos sociales, siendo uno de los más importantes el día de la boda.

Este Proyecto nace para cubrir las necesidades de un segmento específico de mercado, con un estilo de vida que no le permite contar con el tiempo necesario, ni la motivación, ni dirección adecuada para llegar en un estado físico óptimo y así lucir una imagen agradable el día de su boda.

WEEDING FIT atenderá a clientes dentro del área de Lima Metropolitana. La oficina principal de estará ubicada en el distrito de Santiago de Surco ya que es un punto estratégico geográfico de ubicación. Los distritos donde iniciará operaciones WEEDING FIT son Miraflores, Santiago de Surco, San Borja, San Isidro, Magdalena del Mar y La Molina.

El proyecto contempla la necesidad de contar con recursos humanos, técnicos, económicos y financieros, así como tecnológicos, para el correcto desempeño de las actividades y procesos de planificación y seguimiento, y asegurar el éxito alcanzando los resultados ofrecidos a nuestros clientes.

Wedding Fit, le dará una experiencia única y exclusiva a nuestros clientes, ya que mientras dure su contrato, se les facilitará los equipos de gimnasio en su casa u oficina. Además, dentro de los servicios ofrecidos se encuentra la visita de un entrenador personal, un nutricionista y otros servicios adicionales como masajes y terapia de relajación.

Palabras claves: Wedding, Fit, gimnasio, novios

Executive Summary

At present it is common for people to hire specialized companies to organize their own social events, being one of the most important on the day of the wedding.

This Project was born to cover the needs of a specific market segment, with a lifestyle that does not allow you to have the necessary time, motivation, or adequate direction to arrive in an optimal physical state and thus show a pleasant image. your wedding day.

WEEDING FIT will serve clients within the Metropolitan Lima area. The main office of will be located in the district of Santiago de Surco since it is a strategic geographic point of location. The districts where WEEDING FIT operations will begin are Miraflores, Santiago de Surco, San Borja, San Isidro, Magdalena del Mar and La Molina.

The project contemplates the need for human, technical, economic and financial resources, as well as technology, for the proper performance of activities and planning and monitoring processes, and to ensure success by achieving the results offered to our clients.

Wedding Fit, will give a unique and exclusive experience to our clients, since during the duration of their contract, they will be provided with gym equipment in their home or office. In addition, within the services offered is the visit of a personal trainer, a nutritionist and other additional services such as massage and relaxation therapy.

Keywords: Wedding, Fit, Gym, Boyfriends.

INDICE

Resumen ejecutivo.....	4
Executive Summary.....	5
INTRODUCCION.....	11
2. Aspectos generales del negocio	12
2.1. Idea / nombre del negocio	12
2.2. Descripción del producto/servicio a ofrecer	12
2.3. Equipo de trabajo.....	14
3. Planeamiento Estratégico	16
3.1 Análisis externo:.....	16
3.1.1 Análisis PESTEL: político-legal, social-cultural, demográfico, global, económico, medioambiental y tecnológico.	16
3.2 Análisis interno:.....	23
3.2.1 Análisis de las 5 fuerzas de Porter:.....	23
3.2.2 Análisis FODA	25
3.2.3 LA MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO	26
3.3 Visión	27
3.4 Misión.....	27
3.5 Estrategia Genérica.....	27
3.6 Objetivos Estratégicos	28
4. Investigación / Validación de mercado	30
4.1. Diseño metodológico de la investigación / metodología de validación de hipótesis	30
4.2. Resultados de la investigación.....	31
4.3. Informe final: Elaboración de tendencias, patrones y conclusiones.....	42
5. Plan de marketing	44
5.1. Planteamiento de objetivos de marketing.....	44
5.2. Estrategias de marketing.....	44
5.2.1. Segmentación	44
5.2.2. Posicionamiento	47
5.3. Mercado objetivo:.....	48
5.3.1. Tamaño de mercado.....	48
5.3.2. Tamaño de mercado disponible.....	50

5.3.3. Tamaño de mercado operativo (target).....	51
5.3.4. Potencial de crecimiento del mercado	51
5.4. Desarrollo y estrategia del marketing mix.....	53
5.4.1. Estrategia de producto / servicio	53
5.4.2. Diseño de producto / servicio	55
5.4.3. Estrategia de precios (Análisis de costos, precios de mercado)	57
5.4.4. Estrategia comunicacional.....	61
5.4.5. Estrategia de distribución	70
5.5. Plan de Ventas y Proyección de la Demanda	72
5.6. Presupuesto de Marketing	73
6. Plan de Operaciones	75
6.1. Políticas Operacionales.....	75
6.1.1. Calidad.....	75
6.1.2. Procesos	76
6.1.3. Planificación	79
6.1.4. Inventarios	80
6.2 Diseño de Instalaciones	81
6.2.1 Localización de las instalaciones.....	81
6.2.2 Capacidad de las instalaciones	82
6.2.3 Distribución de las instalaciones	83
6.3 Especificaciones Técnicas del Producto / servicio:.....	86
6.4 Mapa de Procesos y PERT	89
6.5 Planeamiento de la Producción.....	90
6.5.1 Gestión de compras y stock:.....	90
6.5.2 Gestión de la calidad.....	92
6.5.3 Gestión de los proveedores.....	92
6.6 Inversión en activos fijos vinculados al proceso productivo:.....	97
6.7 Estructura de gastos operativos.	99
7. Estructura organizacional y recursos humanos	101
7.1 Objetivos Organizacionales.....	101
7.2 Naturaleza de la Organización.....	103
7.2.1 Organigrama	104
7.2.2 Diseño de Puestos y Funciones	105

7.3 Políticas Organizacionales:	107
7.4 Gestión Humana	110
7.4.1 Reclutamiento	110
7.4.2 Selección, contratación e inducción	111
7.4.3 Capacitación, desarrollo y evaluación del desempeño	116
7.4.4 Motivación.....	118
7.4.5 Sistema de remuneración.....	120
7.5 Estructura de gastos de RRHH	121
8. Plan económico-financiero	122
8.1 Supuestos.....	122
8.2 Inversión en activos (fijos e intangibles) y depreciación	123
8.3 Proyección de ventas	124
8.4 Cálculo del capital de trabajo	125
8.5 Estructura de financiamiento:.....	126
8.6 Estados Financieros (Balance General, Estado de GGPP, Flujo de Caja)	128
8.7 Flujo Financiero.....	132
8.8 Tasa de descuento accionistas y wacc	133
8.9 Indicadores de rentabilidad.....	134
8.10 Análisis de riesgo	135
8.10.1 Análisis por escenarios(por variables).....	135
8.10.2 Análisis de punto de equilibrio.....	136
8.10.3 Principales riesgos del proyecto (cualitativos)	136
9. Conclusiones.....	138
10. Bibliografía.....	141

Índice de tablas

Tabla N° 1 – Capacidad de atención	57
Tabla N° 2 - Costos fijos y variables de la operación	58
Tabla N° 3 - Cálculo del precio de venta al público (PVP).....	58
Tabla N° 4 – Servicios y precios	59
Tabla N° 5 – Cuadro Comparativo entre Wedding Fit y sus sustitutos más cercanos. ..	59
Tabla N° 6 - Plan de Ventas y Proyección de la Demanda	72
Tabla N° 7 - Presupuesto de Marketing	74
Tabla N° 8 - Cuadro de proveedores y principales variables	96
Tabla N° 9 - Activos.....	98
Tabla N° 10 - Gastos Operativos.....	99
Tabla N° 11 - Gastos de ventas	99
Tabla N° 12 - Estructura de gastos de RRHH	121
Tabla N° 13 - Inversión en activos	123
Tabla N° 14 - Crecimiento promedio anual de ventas proyectadas:	124
Tabla N° 15 - Capital de trabajo.....	125
Tabla N° 16 - Estructura de financiamiento	126
Tabla N° 17 - Capital Social.....	126
Tabla N° 18 - Cronograma financiamiento banco.....	126
Tabla N° 19 - Cronograma de pagos, financiamiento de banco.....	127
Tabla N° 20 - Estados Financieros	128
Tabla N° 21 - Flujo financiero.....	132
Tabla N° 22 - Tasa de descuento accionistas y wacc	133
Tabla N° 23 - Indicadores de rentabilidad.....	134
Tabla N° 24 - Análisis de escenarios.....	135
Tabla N° 25 - Punto de equilibrio.....	136

Índice de Figuras

Fig. N° 1 - Modelo Canvas.....	13
Fig. N° 2 - PESTEL.....	16
Fig. N° 3 - MATRIZ EFE.....	23
Fig. N° 4 - Análisis FODA	25
Fig. N° 5 - Matriz del perfil competitivo.....	26
Fig. N° 6 - Cuadro de enfoque.....	28
Fig N° 7 - Encuesta.....	31
Fig. N° 8 - Distribución de niveles por zona	45
Fig. N° 9 - Cuadro de variables de segmentación de mercado de consumo.....	47
Fig. N° 10 - Cuadro de población según distritos 2017	49
Fig. N° 11 - Porcentaje que contrae matrimonio - tamaño mercado a nivel nacional....	50
Fig. N° 12 - Mercado operativo (target).....	51
Fig. N° 13 - Crecimiento potencial del mercado	52
Fig. N° 14 - Estrategia de precio Descreme	60
Fig. N° 15 - Estructura del canal de Distribución	70
Fig. N° 16 - Procesos.....	76
Fig. N° 17 - Mapa ubicación de wedding fit de.....	82
Fig. N° 18 - Oficina de wedding fit.....	85
Fig. N° 19 - Especificaciones Técnicas del Producto / servicio.....	86
Fig. N° 20 - Mapa de Procesos y PERT	89
Fig. N° 21 - Diagrama de Pert.....	90
Fig. N° 22 – Mobiliario y Equipos	98
Fig. N° 23 - Organigrama.....	104
Fig. N° 24 - Proceso de reclutamiento y selección de personal	112

INTRODUCCION

El 95 % de personas que van a contraer matrimonio contratan los servicios de empresas dedicadas a eventos con mucho tiempo de anticipación (1 año, 6 meses). Estas empresas cubren mayormente la decoración, el bufet, las fotos, el maquillaje y el vestuario. Dicho esto muchos de las personas nos comentaron que con el tiempo muy corto que tienen para organizarse entre su trabajo, la organización de su matrimonio y su vida cotidiana, se olvidan de su imagen física.

Por ello cada vez más parejas toman conciencia de la importancia de la imagen física, ya que estos afectan la calidad de vida de las personas y más cuando no se alimentan bien por el poco tiempo con el que cuentan, no hacen ejercicio y el estrés que se genera en esos tiempos. Entonces nos preguntamos, ¿Cuál es el verdadero problema que afecta a los novios para descuidar su imagen? ¿Sera que cuentan con muy poco tiempo de organización? Que la sensación de no contar con tiempo y la falta de organización, nos genere estrés y descuido. Que simplemente quisiéramos tener bajo control todo para poder estar relucientes en el gran día.

Creemos, realmente, que hay una necesidad insatisfecha para los usuarios de las empresas que se encargan de los eventos, y dado que la mayoría de estas empresas no se dedican al cuidado de imagen personal y/o física, será importante e interesante la solución que WEEDING FIT les pueda ofrecer.

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo ser una organización competitiva que se diferencia, y que se caracterizará por brindar un servicio eficaz en un corto tiempo de forma práctica y amigable a través de su programa y dinámica.

2. Aspectos generales del negocio

2.1. Idea / nombre del negocio

La idea de negocio es la siguiente:

Brindar la imagen física deseada a las parejas de novios a través de un plan integral de entrenamiento In House para tener el mejor recuerdo del día de su boda.

El nombre del negocio es “WEEDING FIT”, que significa “Boda en Forma”

2.2. Descripción del producto/servicio a ofrecer

“WEEDING FIT”, es una empresa dedicada a dar un servicio único e innovador en el entrenamiento físico. Brindamos un servicio integral de entrenamiento personalizado en casa.

Contamos con la asistencia de profesionales de la salud y el ejercicio como Entrenadores Personales, nutricionistas y fisioterapeutas, además se brinda el equipamiento necesario para lograr los objetivos programados. También proveemos de los diversos suplementos nutricionales requeridos para mejorar la forma física y salud en el menor tiempo posible.

El contacto se hace a través de una plataforma virtual (website, Blog) o redes sociales. El contrato y pago se firma y realiza a través de una plataforma de pagos on line. En caso se requiera, un asesor WEEDING FIT, puede acercarse a la residencia del cliente u oficina para brindar mayor información. El programa de entrenamiento es personalizado y se determina luego de una evaluación físico-nutricional. Este puede durar 30, 60, 90 o 120 días, de acuerdo a los objetivos del cliente y su estado físico actual.

El control del entrenamiento y estilo de vida fitness es monitoreado a través de un aplicativo llamado MyZone, el cual nos informa constantemente de la actividad física

diaria, su alimentación y nos permite un feed back constante, el cual es fundamental para el éxito del programa de entrenamiento

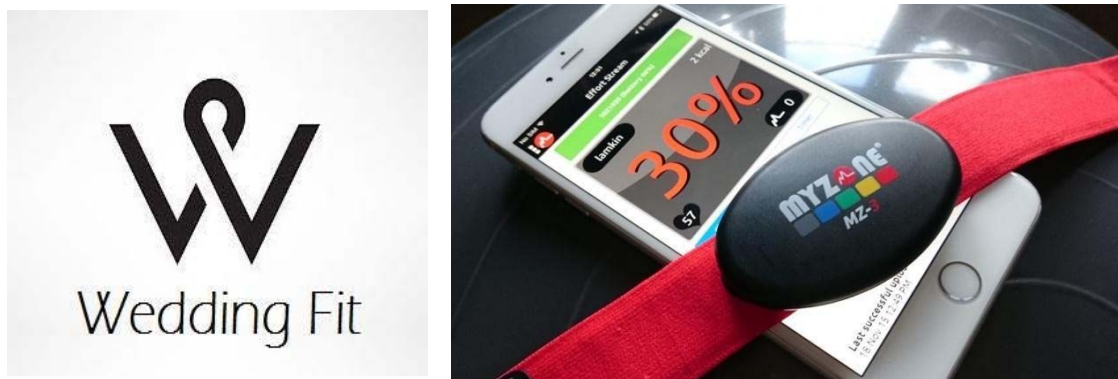


Fig. N° 1 - Modelo Canvas

MODELO NEGOCIO CANVAS - WEDDING FIT				
Socios clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con el cliente	Clientes
<ul style="list-style-type: none"> * Proveedores equipos fitness * Wedding Planner * Comunicadores de redes del sector 	<ul style="list-style-type: none"> * Evaluación de la condición físico nutricional * Diagnóstico y propuesta de solución personalizada * Servicio de entrenamiento personalizado * Entregamos equipos de entrenamiento en casa clientes * Desarrollo Redes de Contacto 	<ul style="list-style-type: none"> * Software para monitorear cumplimiento del entrenamiento * Instalamos gimnasio completo y profesional en casa * Resultados garantizados, en menor tiempo * Asistencia en casa de equipo de profesionales multidisciplinario de la salud * Programa de entrenamiento integral y personalizado en casa 	<ul style="list-style-type: none"> * Website, plataforma virtual, redes sociales, : facebook, instagram, whatsapp * Contacto personal 	<ul style="list-style-type: none"> * Novios y novias * parientes y amigos cercanos a la los novios
	Recursos clave <ul style="list-style-type: none"> * Personal trainer * Software dirección entrenamiento integrado * Aplicativo de control MyZone * equipos y accesorios fitness 		Canales <ul style="list-style-type: none"> Ferias especializadas revistas especializadas página web, blog redes sociales (facebook, instagram, twitter) Marketing directo (e.mailing) Contactos corporativos 	
Costos		Ingresos		
<ul style="list-style-type: none"> * Planilla: personal administrativo * Alquiler de local * Servicios: agua, luz, telefono, internet * remuneración entrenador, nutricionista, medico y fisioterapeuta * Alquiler de equipos * Gastos de marketing 		<ul style="list-style-type: none"> * Venta de paquetes de asesoría y entrenamiento * Venta de bandas My Zone 		

2.3. Equipo de trabajo



Sandra Ripas Huamaní, estudiante de Administración de Negocios Internacionales en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Actualmente laboro como Gestor de Servicios en el Banco de La Nación en el Área Operaciones de Red de Agencias.

Persona pro Activa con alta disposición para trabajar en equipo, alto sentido de responsabilidad e iniciativa propia; con gran facilidad para establecer relaciones interpersonales y solución de problemas. Comprometida y organizada con las tareas propuestas, actitud positiva y mentalidad optimista.



Mario Gárate Patiño, soy estudiante del décimo ciclo de la carrera de Marketing de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas; con estudios en Arquitectura en la Universidad Ricardo Palma. En el año 2007, en sociedad, inicio empresa propia, Compañía Fitness SAC, dedicada a la importación y comercialización de equipos para gimnasio. Actualmente me desempeño como responsable del área comercial de la empresa. Encuentro gran motivación en crear, asumir y superar retos, con alto sentido de responsabilidad y disposición para trabajar en equipo.