

**Administración de Empresas**

**"SPORTUM"**

**Joel Villamayor**

**Asunción – Paraguay  
2014**

# INDICE

## **CAPITULO I – Introducción a la idea de negocio**

- 1.1. Introducción a la idea del proyecto 8
- 1.2. Requerimiento jurídico 8
  - 1.2.1. Nombre o Razón Social 8
  - 1.2.2. Tipo de Sociedad 8
  - 1.2.3. Constitución Jurídica 8

## **CAPITULO II – Investigación de mercado**

- 2.1. Generalidades del estudio de mercado 31
- 2.2. Objetivos 31
- 2.3. Planeamiento y formulación del problema 32
  - 2.3.1. Objetivos 32
    - 2.3.1.1. Objetivos generales 32
    - 2.3.1.2. Objetivos específicos 32
  - 2.3.2. Tipo de estudio 32
    - 2.3.2.1. Investigación exploratoria 32
      - 2.3.2.2. Tipo de instrumento 33
- 2.4. Objetivos y requerimientos de investigación 33
- 2.5. Diseño de investigación y fuentes de datos 35
- 2.6. Procedimiento de recolección de datos 37
- 2.7. Diseño de la muestra 43
- 2.8. Procesamiento de datos 46
- 2.9. Análisis de datos 47
- 2.10. Conclusión de la investigación 52
- 2.11. Inversión para los estudios 52

## **CAPITULO III- Plan de Marketing**

- 3.1. Marco teórico 54
- 3.2. Macrosegmentación 54
- 3.3. Microsegmentación 54
- 3.4. Análisis de la demanda 60
  - 3.4.1. Calculo de la demanda global 60
  - 3.4.2. Mercado potencial absoluto 61
  - 3.4.3. Estimación de venta 62
  - 3.4.5. Estimación de facturación por 5 años 63
- 3.5. Plan de marketing 63
  - 3.5.1. Análisis situacional 63
  - 3.5.2. Matriz de interacción 74
  - 3.5.3. Matriz FODA 76
- 3.6. Objetivos 78

## **CAPITULO IV- Administración**

- 4.1. Lineamiento estratégico 83
  - 4.1.1. Estrategia competitiva según Ansoff 83
  - 4.1.2. Declaración de la visión 87

- 4.1.3. Declaración de la misión 87
- 4.1.4. Las fuerzas de Porter 87
- 4.2. Plan Administrativo 90
  - 4.2.1. Análisis situacional 90
  - 4.2.2. Objetivos 95
- 4.3. Estructura Organizacional 103
  - 4.3.1. Concepto 103
  - 4.3.2. Tipos de estructura 106
  - 4.3.3. Diseño Organizacional – Mintzberg 112
  - 4.3.4. Manual de funciones 113 4
  - 4.3.5. Manual de Procedimientos 127
  - 4.3.6. Fluxograma 130
- 4.4. Análisis de la estructura de compras 137
- 4.5. Plan de cuentas 139

#### **CAPITULO V- Indicadores económicos**

- 5.1. Indicadores económicos 146
- 5.2. Resumen Ejecutivo 149

#### **CAPITULO VI- Cuadros Financieros**

- 6.1. Cuadros financieros 162
  - 1.a –Resumen de Inversiones en Activos fijos
  - 1.b- Resumen de los Gastos de Preinversión
- 6.2-Cuadro de Cronograma de Inversiones
- 3- Cuadro de Depreciación
- 4- Cuadro de Servicio de la Deuda
- 5- Cuadro de RRHH
- 6-Cuadro de Cronograma de Producción
- 7. Cuadro de Ingresos
- 8-Cuadro de Egresos
  - 8.a-Costos de Materias Primas
  - 8.b- Costos Primer Año
- 9-Cuadro de Punto de Equilibrio
- 10-Capital de Trabajo
- 11-Cuadro de Estado de resultado Proyectado con Financiamiento
- 12-Cuadro de Estado de Resultado Proyectado sin Financiamiento
- 13-Cuadro de Flujos de Caja Proyectado con Financiamiento
- 14-Cuadro de Flujos de Caja Proyectado sin Financiamiento
- 15-Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos con Financiamiento
- 16-Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos sin Financiamiento
- 17-Cuadro de Balances Proyectados con Financiamiento
- 18-Cuadro de Balance proyectado sin financiamiento
- 19-Cuadro de Indicadores Financieros

#### **ANEXO 182**

## INTRODUCCIÓN

Con miras a lograr una independencia económica y la generación de fuentes de empleo, surge la idea de crear una empresa que asume como compromiso de su actividad empresarial el sostenimiento de la mejora en la gestión deportiva de los clubes de primera división.

Nuestra empresa se dedicará al asesoramiento deportivo; y nuestra principal preocupación será brindar buen trato y cumplimiento en el servicio ofertado, llenando las expectativas de los demandantes, y creando un valor como marca en las vidas de nuestros clientes, no como una empresa que solamente asesora, sino que también ofrece un valor añadido, abordando la preocupación por el bienestar y el mejoramiento del nivel de vida de sus clientes

De igual forma, con el presente proyecto se pretende demostrar la viabilidad y rentabilidad de la puesta en marcha del negocio, y la aceptación de la nueva marca representada en el mercado como asesoramiento deportivo.

Así también, este trabajo constituye la puesta en práctica de las teorías asimiladas durante los 4 años de carrera universitaria, y el cumplimiento del objetivo que permitirá obtener el ansiado título que califica a la persona como un profesional preparado para el ejercicio de la profesión.