

Ciencias Contables y Administrativas

DROP SHOT S.A.
“La Catedral del Tenis”

José Ignacio Acosta González

Asunción - Paraguay
2015

ÍNDICE

<i>Introducción</i>	2
<i>Agradecimientos</i>	3
<i>Dedicatoria</i>	4
<i>Resumen Ejecutivo</i>	7
1 Capítulo I	8
1.1 Introducción a la idea del proyecto	8
1.2 Requerimientos Jurídicos	8
1.3 Localización de la empresa u organización	18
2 Capítulo II	20
2.1 Objetivo general de investigación.	20
2.2 - Hipótesis general.	20
2.3 Objetivos de la investigación.	21
2.4 Tipos de Investigación.	22
2.5 Procedimiento de recolección de datos	22
2.6 Recolección de datos	36
2.7 Análisis de datos	38
2.8 Conclusiones/Informe	53
3 Capítulo III	54
3.1 Análisis de la Macro segmentación	54
3.2 Análisis de la Micro segmentación	57
3.3 Análisis de la demanda:	62
3.4 Plan de Marketing	72
3.4.1 Análisis Situacional	72
3.4.2 Listado plano	75
3.4.3 Matriz de interacción	77
3.4.4 Objetivos	78
3.4.5 Estrategias	80
3.4.6 Planes de Acción	87
4 Capítulo IV	95
4.1 Análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter)	95
4.2 Plan de administración:	106
4.2.1 La primera opción estratégica para el crecimiento: la penetración	111
4.2.2 La segunda opción estratégica para el crecimiento: el desarrollo de mercado	112
4.2.3 La tercera opción estratégica para el crecimiento: el desarrollo de producto	113
4.2.4 La cuarta opción estratégica para el crecimiento: la diversificación	115
4.3 Estructura Organizacional	133
4.4 Plan de cuentas	141
4.5 Aspecto Económico	144
5 Capítulo V.	158
6 Capítulo VI.	181
6.1 Impacto ambiental:	181
6.2 Impacto Socio-Económico	182
6.3 Impacto Cultural:	183

6.4 Aspectos Éticos de la Sustentabilidad del proyecto.	183
6.5 Plan de expansión:	184
<i>Conclusión</i>	<i>186</i>
<i>Anexos</i>	<i>187</i>
<i>Bibliografía</i>	<i>219</i>

RESUMEN

El estudio de mercado arrojó que resultaría apropiado la apertura del local, ya que en la zona no existe una tienda de artículos exclusivos de tenis, por lo que con esto se podría abarcar una gran cuota de mercado. Además, pudimos constatar el gran poder adquisitivo de los potenciales clientes que se encuentran en la zona.

Nuestro enfoque para la macro segmentación consistirá en Producto – Mercado Específico, debido a que nuestra línea de productos se centra específicamente en artículos de tenis, ofreciendo los mejores artículos de tenis disponibles en el mercado. El valor de la Demanda de Mercado Total alcanzó 22.863.750.000 Gs.

Para la administración optamos por la Estrategia Competitiva de Ansoff – Penetración, debido a que somos una empresa nueva y necesitamos primeramente introducirnos al mercado para luego poder establecernos. Drop Shot S.A., está conformado por la estructura simple, debido a que la empresa cuenta con un personal reducido por lo que se considera pequeña, donde cada empleado debe rendir cuentas al gerente general.

Los resultados arrojados en los cuadros financieros nos indican que nuestro TIR para nuestra actividad con financiamiento es de 54,4% y el VAN es de 627.689.904 y para las actividades sin financiamiento la TIR es de 58,4% y el VAN de 284.836.147. Es preferible realizar el proyecto con financiamiento por el resultado obtenido de la TIR con respecto a nuestra tasa de corte.

Los indicadores financieros arrojan un índice de liquidez de 14,68 y se mantiene en esos niveles para los años siguientes. En la Prueba Acida da como resultado 9,82 para el primer año con una tendencia en alza. El porcentaje de Endeudamiento sobre Patrimonio Neto es de 10% y va disminuyendo llegando a 6,6% en el quinto año. La rentabilidad sobre la Inversión Total es del 47,4% con un aumento considerable en los siguientes años.

Para la expansión buscaremos importar directamente nuestros productos, para así disminuir nuestros costos. También tenemos como objetivo abrir un nuevo local para así poder estar más cerca a nuestros clientes, y poder abarcar un mayor porcentaje de mercado.

Otro objetivo es abrir una nueva tienda, enfocada a productos netamente de Fórmula 1.