

**Licenciatura en Marketing**

**ARENA PARAGUAY S.R.L.**

**Representación de la marca Arena  
para deportes acuáticos en Paraguay**

**Martín Nicolás Riquelme Guirland**

**Asunción – Paraguay**

**2022**

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	7
RESUMEN EJECUTIVO .....	8
CAPÍTULO I – CONCEPTO DEL NEGOCIO.....	9
1.1 Descripción de la empresa.....	9
1.5 Objetivos .....	12
1.5.1 Objetivos Generales.....	12
1.5.2 Objetivos Específicos.....	12
1.6 Localización de la empresa .....	12
1.6.1 Método de factores ponderados .....	13
1.6.2 Macro localización:.....	14
1.6.3 Micro localización.....	14
1.7 Ventaja Competitiva.....	15
CAPÍTULO II – ASPECTOS JURÍDICOS.....	16
2.1 Tipo de Sociedad.....	16
2.2 Proceso de apertura del negocio.....	16
2.2.1 Escritura de Constitución .....	16
2.2.2 Dictamen de Abogacía del Tesoro.....	17
2.2.3 Rubrica de Libros Contables .....	17
2.2.4 Patente Comercial.....	18
2.2.5 Ministerio de Hacienda (R.U.C).....	19
2.2.6 Inscripción en el Registro Público de Comercio y de Personas Jurídicas. ....	20
2.2.7 Matricula del Comerciante .....	20
2.2.8 Instituto de Previsión Social.....	21
2.2.9 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.....	21
2.2.10 Dirección Nacional de propiedad Intelectual (DINAPI).....	22
2.3 Acta de Constitución de la Sociedad.....	23
2.4 Leyes que afectan al Proyecto.....	27
CAPÍTULO III – ASPECTOS ECÓNOMICOS.....	30
3.1 Macroeconomía.....	30
3.1.2 Tasa de desempleo.....	30
3.1.3 Producto Interno Bruto (PIB). ....	31
3.1.4 Proyección del PIB. ....	31
3.1.5 Variación del dólar. ....	32
3.1.6 Tasa de Inflación. ....	32
3.1.7 Variación del salario mínimo. ....	33
3.2 Microeconomía.....	34
3.2.1 Elasticidad de Oferta. ....	34
3.2.2 Elasticidad de la demanda .....	35
CAPITULO IV - ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	37
3.1 Estructura Organizacional.....	37
3.2 Organigrama Estructural de Arena Paraguay SRL .....	37
3.3 Partes fundamentales de la organización según Mintzberg .....	38

3.4 Layout.....	40
<b>CAPITULO V - INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....</b>	<b>43</b>
5.1 Objetivos de la Investigación .....	43
5.2 Diseño de la Investigación .....	45
5.3 Investigación Exploratoria .....	45
5.4 Investigación Concluyente .....	45
5.5 Diseño Descriptivo.....	46
5.6 Recolección de datos.....	47
5.7 Diseño de la muestra .....	47
5.8 Diseño de Investigación Descriptiva (Cuestionario).....	48
5.9 Valorización económica anual (VEA) .....	55
5.10 Resultados y Gráficos.....	56
2.9. Conclusiones de la Investigación .....	64
5.11 Análisis de la estructura competitiva (Porter).....	65
<b>CAPÍTULO VI - PLAN DE MARKETING.....</b>	<b>69</b>
6.1 Plan de Marketing .....	69
6.2 Análisis FODA.....	69
6.3 Conclusión de la Matriz FODA .....	75
6.4 Marketing Estratégico .....	75
6.5 Estrategia según Igor Ansoff.....	75
Las estrategias de la matriz son las siguientes:.....	76
Penetración en el mercado.....	76
Desarrollo de Mercado. ....	76
Desarrollo del Producto. ....	76
Diversificación.....	76
Estrategia según Michael Porter.....	77
Producto .....	78
Precio.....	79
Plaza: .....	80
Promoción .....	80
Personas.....	81
Procesos internos.....	81
Evidencia Física: .....	81
<b>CAPÍTULO VII – ASPECTOS OPERACIONALES.....</b>	<b>83</b>
7.1 Organigrama del sector. ....	83
7.2 Proceso para compra .....	84
7.3 Principales proveedores.....	84
<b>CAPÍTULO VIII – RESPONSABILIDAD SOCIAL.....</b>	<b>87</b>
8.1 Impacto Ambiental.....	87
8.2 Impacto Socioeconómico .....	88
8.3 Impacto Cultural.....	88
8.4 Aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto .....	89
<b>CAPÍTULO IX – PLAN DE EXPANSIÓN .....</b>	<b>90</b>
9.1. Riesgos internos de expansión .....	90
9.2. Riesgos externos de expansión.....	91

9.3. Barrera de Salidas.....	91
9.4 Imagen de la marca .....	91
CAPÍTULO X – ASPECTOS FINANCIEROS.....	93
Cuadro 1: Inversión y Financiamiento .....	93
Cuadro 2: Cronograma de inversión .....	94
Cuadro 3: Ventas del proyecto .....	95
Cuadro 4: Servicio de Deuda .....	96
Cuadro 5: Capital de Trabajo Requerido.....	97
Cuadro 6: Estructura de Costos Fijos y Variables.....	98
Cuadro 7: Costos del proyecto .....	98
Cuadro 8: Estado de Resultados.....	99
Cuadro 9: Rentabilidad sin financiamiento.....	100
Cuadro 10: Rentabilidad con financiamiento.....	100
Cuadro 11: Depreciaciones y amortizaciones.....	101
Cuadro 12: Punto de equilibrio .....	101
Cuadro 13: Balances proyectados .....	102
CONCLUSIÓN .....	103
BIBLIOGRAFIA.....	104

## **RESUMEN**

### **Capítulo 1 – Concepto del Negocio**

El primer capítulo se enfoca en los aspectos principales de la empresa como la misión, visión y otros aspectos a ser tenidos en cuenta durante todo el proyecto.

### **Capítulo 2 – Aspectos Jurídicos**

Se desarrollan los aspectos a tener en cuenta en el ámbito jurídico a ser tenidos en cuenta para la apertura de la empresa, desde costos hasta procesos.

### **Capítulo 3 – Aspectos Económicos**

El capítulo 3 del proyecto se enfoca en todos los aspectos que rodean el ambiente económico de nuestro país, así como conceptos de macroeconomía y microeconomía, incluyéndose en este capítulo el cálculo estimativo de oferta y demanda de nuestros servicios.

### **Capítulo 4 – Aspectos Administrativos**

Se expone en este capítulo la estructura de la empresa, así como procesos a tener en cuenta y el layout de nuestro espacio.

### **Capítulo 5 – Investigación de Mercado**

Se desarrolla toda la investigación y se establecen los objetivos a ser desarrollados, así como el procesamiento de los datos obtenidos en dicha investigación y sus respectivos resultados.

### **Capítulo 6 – Plan de Marketing**

Se realiza el análisis situacional con el FODA, también se desarrolla en este capítulo las 7 P del marketing, detallando en el mismo cada aspecto de nuestra empresa.

### **Capítulo 7 – Aspectos Operacionales**

Se mencionan los aspectos y procesos operacionales de la empresa.

### **Capítulo 8 – Responsabilidad Social**

Se menciona la importancia de la responsabilidad social en el proyecto.

### **Capítulo 9 – Plan de Expansión**

Se desarrollan las cuatro posibles formas de expandir la empresa y se expone la opción elegida.

### **Capítulo 10 – Aspectos Financieros**

Se detallan los 12 cuadros del proyecto.