

Ingeniería Comercial

FA KING OF SPORTS S.R.L
Tienda Deportiva

Alumnos:
Ángel Mendieta
Fernando Duré

Asunción - Paraguay
2017

ÍNDICE

Capítulo I.....	12
1.1 Introducción a la idea del proyecto.....	12
1.2. Requerimientos Jurídicos	12
1.2.1 Nombre o Razón Social	12
1.2.2 Tipo de Sociedad.....	12
1.2.3 Constitución Jurídica	13
-Escritura de Constitución.....	13
-Inscripción del Registro Público del Comercio	14
-Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y asociaciones.	15
-Matricula de comerciante.	15
-Rubrica de los Libros Contables Legales.	16
-Inscripción en la dirección de apoyo del Ministerio de Hacienda (R.U.C.).....	16
-Apertura en la Municipalidad involucrada (patentes)	17
-Instituto de Previsión social.....	17
-Ministerio de Trabajo	18
-Dirección de Propiedad Intelectual.....	19
-Método de Factores Ponderados	20
Capítulo II	22
Objetivos de la Investigación:	22
Objetivos Cognitivos:	22
Objetivos Afectivos:	22
-Objetivos Comportamentales:	23
-Objetivos Socio Demográficos	23
-Objetivos para el Análisis de la Demanda.....	24
2.3. Tipos de Investigación a Utilizarse	24
Diseño por Fuente de Datos:	25
Diseño de Investigación Concluyente Descriptiva:.....	25
2.4. Diseño de Recolección de Datos:	26
2.5. Muestra.....	33
No Probabilístico	34
Recolección de los Elementos Muestrales.....	35
Recolección de Datos	36
Procesamiento de Datos.....	36
Tabulación y Codificación.....	36
2.10 Análisis de los Datos	37
Análisis Descriptivo.....	37
Conclusión de la Investigación de Mercado.....	41
Capítulo III: Plan de Marketing	44
3. Segmentación de Mercados	44
3.1 Análisis de la Macro-Segmentación	45

3.2 análisis de la Micro-Segmentación.....	46
Ciclo de Vida del Producto.....	47
3.3 Análisis de la demanda	49
Mercado Potencial Absoluto.....	50
Análisis de la cuota de mercado.....	51
3.4.1.- Análisis Situacional.....	53
FODA	53
Descripción de las Variables Controlables (MKT MIX, LOS 7 P'S).....	54
Precio	55
Distribución.....	56
Promoción	57
Personal.....	57
Presencia Física.....	58
Proceso.....	58
3.6.2 Variables No Controlables.....	59
Consumidores	59
Competencia	60
Entorno.....	60
Mercado:	60
3.6.3 Matriz de Interacciones	61
Tabla 9. Maxi – Maxi (Fortalezas y Oportunidades)	61
Tabla 10. Maxi – Mini (Fortalezas y Amenazas)	62
Tabla 11. Mini – Mini (Debilidades y Amenazas)	62
Tabla 12. Mini – Maxi (Debilidades y Oportunidades)	63
Tabla 13. Matriz FODA.....	64
Objetivos.....	66
3.7.1 Objetivo N° 1	66
3.7.2 Objetivo N° 2	67
Objetivo N° 3	69
Capítulo IV.....	70
Lineamiento estratégico.....	70
Misión	70
Visión.....	70
Las 5 Fuerzas Competitivas de Porter	70
Tabla 18. Amenaza de Nuevos Competidores	72
Tabla 19. Poder de Negociación con los clientes	73
Tabla 20. Poder de Negociación con los proveedores	73
Tabla 21. Rivalidad entre Competidores	74
Tabla 22. Amenazas de Productos sustitutos	75
4.1.4.- Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.	75
Penetración de Mercados.....	76
4.2 Plan de Administración	77
4.2.1.- Análisis Situacional – Matriz FODA	77
Variables Controlables	77

RRHH	77
Recursos Financieros	77
Inmueble	78
Muebles:.....	78
Sistema informático	78
Variables no Controlables	79
Proveedores.....	79
Competencia	79
Tecnología.....	80
Oportunidad	80
Condiciones Económicas	80
Objetivos.....	84
Objetivo 1.....	84
Objetivo 2.....	85
Objetivo 3.....	85
Tabla 31.Costo Total del Plan de administración	86
4.3.1.- Organigrama.....	87
Núcleo de operaciones	88
El Ápice estratégico	88
La línea media.....	89
La tecno estructura.....	89
Staff de apoyo	90
Manual de Procedimientos	97
Tabla 43. Análisis de estructura de costos.....	98
Fluxograma 1	99
Fluxograma 2.....	100
Fluxograma 3.....	101
Plan de Cuentas	102
5. Aspecto Económico.....	106
5.1 Balanza comercial (importación/exportaciones)	107
5.3 Fluctuación del tipo de cambio.....	108
Fuente: Banco Central del Paraguay	110
5.5 Inflación.....	110
5.6. Figura 17. Producto interno Bruto (PIB)	111
6. Aspectos Financieros.....	114

INTRODUCCIÓN

Se trata de un negocio conformado por dos socios que se basa exclusivamente de la venta de indumentarias deportivas como remeras, short, calzas, camperas, calzados, medias, balones, raquetas de tenis, palos de golf, entre otros accesorios que son indispensables para la práctica de los diferentes deportes que optan las personas de acuerdo a sus gustos o estilos de vida que llevan.

Esta empresa surge antes las diversas necesidades del mercado juvenil, de encontrar prendas de excelente calidad, diseños novedosos, diversidad de productos para ambos sexos a precios relativamente accesibles, todo esto es un conjunto; además de encontrarlo en un solo lugar, con instalaciones espaciosas, cómodas y aptas para recibir a sus clientes y poder brindarles atención personal y especializada.