

Licenciatura en Marketing

“ADVENTURE TEAM S.R.L.”

Tienda de accesorios para motocicletas aventura

Clara Marlene Riveros Díaz

Asunción – Paraguay

2018

INDICE

Introducción.....	13
Resumen Ejecutivo.....	14
Justificación.....	16
CAPITULO 1 JURIDICO.....	17
1.1 Introducción a la idea del proyecto.....	18
1.2. Requerimientos Jurídicos.....	18
1.2.1. Nombre o Razón Social.....	18
1.2.2 Tipo de Sociedad.....	18
1.2.3 Constitución Jurídica.....	19
Resumen de Gastos de Constitución.....	33
Acta de Constitución de la Sociedad.....	34
CAPITULO II INVESTIGACION DE MERCADOS.....	38
2.1 Objetivo General de Investigación.....	43
2.2 Objetivos y Requerimientos de la Investigación.....	43
2.2.1 Objetivos Comportamentales.....	43
2.2.2 Objetivos Afectivos.....	44
2.2.3 Objetivos Cognitivos.....	45
2.2.4 Objetivos Sociodemograficos.....	45
2.2.5 Objetivos del análisis de la demanda.....	46
2.3 Investigación Exploratoria.....	46
2.4. Diseño del cuestionario	49
2.5 Determinación del plan y tamaño de la muestra.....	58
2.6 Codificación y tabulación.....	62
2.7 Análisis de Datos.....	71
2.8 Conclusión.....	88
CAPITULO III LINEAMIENTO ESTRATEGICO Y PLAN DE MARKETING.....	91
3.1 Análisis de la Macrosegmentación.....	92
3.2 Análisis de la Microsegmentación.....	92
3.2.1. Segmento Objetivo.....	92
3.2.2. Ciclo de Vida del Producto.....	92
3.3. Análisis de la Demanda.....	94
3.3.1 Calculo de la Demanda Global.....	95
3.3.3. Calculo de la Cuota de Mercado.....	97
3.3.4 Objetivo de Ventas.....	98
3.4. Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Michael Porter.....	103
3.5. Matriz de Ansoff.....	109
3.6. Análisis Situacional.....	112
3.6.1 Variables Independientes.....	112
3.6.2 Variables no Controlables.....	121
3.7 Objetivos de Penetración de Mercados.....	124
3.8 Estrategias.....	125
3.9 Plan de Acción.....	126
Matriz de Interacción.....	133

FODA.....	136
Imagen Corporativa.....	138
CAPITULO IV PLAN DE ADMINISTRACION.....	141
4.1 Análisis de la Macrosegmentación.....	142
4.1.1 Misión.....	142
4.1.2. Visión.....	142
4.1.3 Valores de la empresa.....	143
4.2. Plan de administración.....	143
4.2.1. Análisis Situacional.....	143
Variables Controlables.....	144
Variables no controlables.....	147
Listado Plano.....	151
Matriz de Interacción.....	153
FODA.....	154
4.2.2. Objetivos.....	157
4.2.3. Estrategias.....	157
Procedimientos.....	158
4.2.4. Planes de acción.....	158
4.3 Estructura Organizacional.....	163
Partes Fundamentales de las Organizaciones Formales.....	164
Mecanismos de Coordinación.....	168
Configuración Estructural.....	170
4.3.1 LAYOUT.....	173
4.3.2 Localización.....	176
4.3.3 Manual de Funciones.....	177
4.3.4 Manual de Procedimientos.....	194
Fluxograma.....	196
4.3.6 Mano de Obra.....	199
4.4. Análisis de Estructura de Costos.....	203
4.4.1 Calculo de Servicios Públicos luz, agua y teléfono.....	203
4.4.2 Costo de Mercadería.....	205
4.5 Plan de Cuentas.....	207
CAPITULO 5 ECONOMICO.....	211
5.1 Producto Interno Bruto (PIB).....	212
5.2 Balanza Comercial.....	214
5.3 Balanza Comercial.....	216
5.4 Fluctuación del Tipo de Cambio.....	217
5.5 Comportamiento de la reserva monetaria.....	218
5.6 Superávit o déficit fiscal.....	220
5.7 Inflación.....	221
CAPITULO VI PLAN FINANCIERO.....	224
6.1 Introducción Plan Financiero.....	225
Conclusión.....	246
Bibliografías.....	249
ANEXO.....	250

RESUMEN

En primer lugar, el proyecto se basa en la apertura de una tienda de accesorios de protección y tuning exclusivamente para motocicletas tipo aventura de alta gama, con lo cual se apunta a un segmento elite ciertamente sofisticado; personas aficionadas a las mencionadas motocicletas, que consideran como una modalidad más que deportiva que les apasiona grandemente. Por lo que la propuesta es atender las necesidades de un grupo selecto que buscan estar constantemente actualizados con los lanzamientos de productos tanto de protección y seguridad, así como equipamiento y de proporcionar mayor realce estético y funcional a sus biclos, acompañado del asesoramiento pertinente; más allá de lo que por sí mismos ellos conocen e intrínsecamente, brindarles un trato distinguido y personalizado. Todo ello notoria falencia de las empresas competidoras existentes.

Para tal efecto, la empresa Adventure Team SRL realiza una alianza comercial que le permitirá ser representante exclusivo de una marca seleccionada, la cual es de procedencia europea y será la principal proveedora de accesorios para motocicletas aventura fabricados a la vanguardia con tecnología láser. De modo que forman parte de la línea de accesorios los cubre motores y accesorios que otorgan protección y realce estético a las motocicletas con capacidad de atender al nicho de mercado aproximado a los 200 usuarios siendo la demanda total de Gs. 4.714.940.600 atendiendo que estará ubicado en la zona Villa Morra de Asunción.

Por otro lado, el monto de las inversiones asciende a Gs. 204.150.000 y por el lado del presupuesto de gastos incluyen los costos de mercaderías, salarios y gastos financieros que se detallan en adelante en el plan financiero en el cuadro 8 de Costos Totales.

Mientras que los ingresos ascienden a Gs. 972.788.120 para el primer año; segundo año Gs. 1.049.066.932; tercer año Gs. 1.140.773.625; cuarto año Gs. 1.254.850.988 y por ultimo para el quinto año se calcula un ingreso por ventas de Gs. 1.380.336.086. Cabe resaltar que se realiza un préstamo bancario lo cual desde el punto de vista financiero es ingreso de dinero.

De modo que un periodo de dos años de actividad comercial se llega al punto de equilibrio donde los ingresos se equilibran con los egresos.

En cuanto a las fuentes de financiamiento se obtiene un crédito a largo plazo de Gs. 74.150.000, así también un crédito a corto plazo como financiamiento de las operaciones diarias de la empresa. Cabe resaltar que se obtendrá rentabilidad a partir del primer año.