

**Ciencias Contables y Administrativas**

*Vélo Sociedad Anónima*  
*La Tienda del Ciclista*

**Lourdes Belén Lezcano Velázquez**

**Asunción – Paraguay**  
**2016**

# ÍNDICE

<b>INTROCCIÓN</b>	<b>4</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>5</b>
<b>CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN A LA IDEA DE NEGOCIO</b>	<b>7</b>
1.2 Requerimientos jurídicos	8
1.3 Tramites de apertura	15
<b>CAPITULO 2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO</b>	<b>21</b>
2.1.1 Objetivos de la investigación e hipótesis	22
2.3 Tipos de investigación	23
2.4 Encuesta para recolección de datos	27
<b>CAPITULO 3. PLAN DE MARKETING</b>	<b>38</b>
3.1 Análisis de macrosegmentación	39
3.1.1 Estructura de mercado de referencia	41
3.1.2 Misión, visión y objetivos de la empresa	42
3.2 Análisis de la microsegmentación	43
3.3 Análisis de la demanda	44
3.4 Plan de marketing	49
3.4.1 Marketing Mix	49
3.4.2 Análisis situacional de la empresa	59
3.4.3 Objetivos de marketing y ventas	62
<b>CAPITULO 4. CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN</b>	<b>63</b>
4.1 Análisis de la estructura competitiva según Porter	64
4.2 Plan de administración	70
4.3 Estructura organizacional	72
4.3.2 Aplicación de los análisis organizacionales de Henry Mintzberg	73
4.3.3 Recursos humanos	78
4.4 Layout	79
4.3.4 Plan de cuentas	80
4.3.5 Manual de cuentas	87
4.3.6 Balance general y EE.RR	123
4.3.7 Informes contables según resol. 49	128
<b>CAPITULO 5. PLAN FINANCIERO DE LA EMPRESA</b>	<b>135</b>
5.1 Cuadros financieros	137
5.1.1 Interpretación y conclusión de los cuadros financieros	165
<b>CAPITULO 6. RESPONSABILIDAD SOCIAL</b>	<b>181</b>
6.1 Impacto ambiental	182
6.2 Impacto socioeconómico	183
6.3 Plan de expansión	184
6.4 Plan de salida	186
<b>CONCLUSION</b>	<b>188</b>
<b>BIBLIOGRAFIA Y FUENTES</b>	<b>191</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>192</b>

## RESUMEN

El presente Plan de Negocio denominado VÉLO, se trata de una Sociedad Anónima dedicada a la compra y venta de bicicletas de alta gama, accesorios para ciclismo. Además del servicio de reparación y mantenimiento de bicicletas, y servicio de entrega a domicilio denominado bicidelivery. Su mercado objetivo son las ciudades de Mariano Roque Alonzo y alrededores.

La ventaja competitiva de la empresa radica en la calidad superior de los productos y servicios que ofrecerá, así como también se distinguirá de las empresas competidoras por el trato cordial, cálido y amable de todos los integrantes del plantel para con los clientes, obteniendo de esta manera el respeto, la confianza y fidelidad de los mismos.

La empresa se traza objetivos tanto a corto como a largo plazo, sus objetivos a corto plazo son recuperar el 15% de la inversión inicial en el primer año de actividad, generar una utilidad del 20% sobre las ventas al finalizar el primer año y lograr una participación de 10% del mercado en el primer año; mientras que sus objetivos a largo plazo son ser líderes en el mercado de ciclismo, ampliar la infraestructura e instalaciones del negocio, la apertura de sucursales en distintos puntos del país y lograr un crecimiento sostenido. El tipo de estructura de la empresa es la simple,

Sus principales competidores en el ramo de venta de bicicletas y accesorios y prestación de servicios son las empresas Cycles Sport S.A, Enerbike S.A.

Ya que la empresa se dedica a la venta de servicios, desarrolla las 7 estrategias de marketing MIX, entre ellas la promoción, en la cual establece los mecanismos de publicidad y promoción a desarrollar como ser promociones de los productos en días festivos y publicitar la empresa vía radial y por redes sociales.

La fase del ciclo de vida del producto en la que se encuentra VÉLO S.A es la Introducción en la cual inicia la vida del producto, las ventas están a niveles bajos porque todavía no hay una amplia aceptación del producto en el mercado por lo cual la empresa desarrollará estrategias competitivas de Porter y Ansoff. El tipo de estrategia de Porter que implementará será la estrategia de Diferenciación; la estrategia de Ansoff a desarrollar será la Penetración en el mercado, se buscará aumentar la participación del mercado por medio de un esfuerzo mayor invirtiendo más recursos en publicidad y ofreciendo promociones de venta.

En cuanto al plan operacional de la empresa, se describe la estructura operativa detallando las necesidades materiales de cada área de la organización. VÉLO S.A cuenta con un proceso de Recursos Humanos bien organizado el cual está a cargo de un funcionario especializado en el área, se cuenta con manual de funciones y planillas de salarios.

Con relación al área contable de la empresa, esta cuenta con un plan de cuentas perfectamente estructurado y su respectivo manual de cuentas, el cual es un instrumento que explica detalladamente el concepto y significado de cada cuenta, los motivos de sus débitos y de sus créditos, qué representa su saldo, y otros datos que sirvan para enriquecer el funcionamiento del sistema de información contable del ente.