

**Administración De Empresas**

**“ALL SPORT PY S.A”**

**Alumnos:**

**José Manuel Ibarra Vaucher  
Alan Osmar Rodríguez Cubilla**

**Asunción - Paraguay**

**2019**

# ÍNDICE

1. CONCEPTO DE NEGOCIO.....	9
<b>1.1. Descripción de la empresa.</b> .....	9
<b>1.2. Visión Empresarial.</b> .....	9
<b>1.3. Misión Empresarial.</b> .....	9
<b>1.4. Valores</b> .....	10
1.4.1. <b>Innovación:</b> Promovemos la capacidad de crear y ser diferentes.....	10
1.4.2. <b>Trabajo en equipo:</b> Fomentamos la participación de todos para lograr un objetivo común. ....	10
1.4.3. <b>Profesionalidad:</b> Luchamos por un reconocimiento justo del profesional del sector.....	10
1.4.4. <b>Mejora continua:</b> Ser capaz de adaptarnos al mercado y estar en constante formación. No decaer o rendirse ante cualquier adversidad o dificultad, las cuales siempre se encuentran presentes en todo proceso. ....	10
1.4.5. <b>Calidad:</b> Búsqueda de la excelencia.....	10
1.4.6. <b>Integridad:</b> Ser transparentes.....	10
1.4.7. <b>Expansión:</b> Llegar lo más lejos posible con nuestra marca.....	10
<b>1.5. Objetivo General:</b> .....	11
<b>1.5.1. Importancia de los objetivos.</b> .....	11
<b>1.6. Objetivos Específicos:</b> .....	11
<b>1.7. Localización</b> .....	12
1.7.1. Macro y Micro Localización.....	12
<b>1.8. Método de los Factores Ponderados</b> .....	13
1.7.2. <i>Conclusión del análisis de los factores ponderados.</i> ....	15
<b>1.9. Ventaja competitiva.</b> .....	15
2. Aspectos Jurídicos.....	17
<b>2.1. Proceso de apertura del Negocio.</b> .....	17
1) ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN.....	17
<b>2.2. Acta de constitución de la Sociedad.</b> .....	18
<b>2.3. Leyes que afectan al Proyecto.</b> .....	25
<b>2.4. Plan Fiscal.</b> .....	26
<b>2.5. Presupuesto jurídico inicial.</b> .....	27
<b>2.5.1. Gastos de Escribanía</b> .....	27
<b>2.5.2. Publicaciones</b> .....	27
<b>2.5.3. Apertura en Municipalidad.</b> .....	28
<b>2.5.4. Libros impositivos y legales.</b> .....	28
<b>2.5.5. Inscripción Registro de Marca</b> .....	28
<b>2.5.6. Confección de documentos</b> .....	28
<b>2.5.7. Honorarios Profesionales</b> .....	29
3. Aspectos Económicos.....	31
<b>3.1. Macroeconomía.</b> .....	31
3.1.1. Tasa de desempleo.....	31
<b>3.1.2. Producto Interno Bruto (PIB).</b> .....	33

3.1.3. Variación del dólar.....	35
3.1.4. Tasa de Inflación.....	37
3.1.5. Variación del salario mínimo.....	39
3.2. Microeconomía.....	41
3.3. Elasticidad de Oferta. ....	41
3.4. Elasticidad de la Demanda. ....	43
4. Aspectos Administrativos.....	46
4.1. Estructura organizativa. ....	46
4.1.1. Organigrama general de All Sport PY S. A. ....	47
4.2. Organigrama según Henry Mintzberg.....	48
4.3. Configuraciones Estructurales según Henry Mintzberg. ....	50
4.4. Estrategias de recursos humanos. ....	51
4.4.1. Proceso de reclutamiento del personal.....	51
4.4.2. Proceso de selección.....	51
4.4.3. Contratación. ....	51
4.4.4. Inducción, socialización.....	51
4.4.5. Adiestramiento, capacitación. ....	52
4.4.6. Beneficios.....	52
4.4.7. Política de retiro (estímulos, como por ejemplo capital de retiro).....	52
4.5. Descripción de Funciones.....	52
4.5.1. Perfil y Cargo.....	52
4.6. Manual de Organización y Funciones. ....	53
4.7. Manual de Procedimientos. ....	54
4.8. Flujograma ....	57
4.9. Diagramas de proceso - Simbología.....	58
4.10. Layout.....	62
4.11. Definiciones básicas de contabilidad:.....	63
4.11.1. La contabilidad.....	63
4.11.2. Funciones básicas. ....	63
4.11.3. Tipos de contabilidad. ....	64
4.11.4. Principios básicos de la contabilidad. ....	64
4.11.5. Conceptos Básicos de la Contabilidad. ....	66
4.11.6. Libros contables exigidos. ....	67
5. Análisis de Mercado. ....	69
5.1. Investigación de mercado. ....	69
5.1.1. Identificar y definir el problema u oportunidad.....	69
5.1.2. Objetivos de la investigación de mercado. ....	69
5.2. Diseño de la investigación.....	71
5.2.1. Investigación Exploratoria.....	71
5.2.2. Investigación Descriptiva. ....	71
5.2.3. Recolectar los datos.....	71
5.3. Encuesta.....	72
5.4. GRAFICOS.....	75
5.5. Diseño de muestra.....	81
5.4.1. Diseñar la muestra.....	81

<b>5.4.2. Marco Muestral.</b> .....	81
5.4.3. Fórmula del tamaño de la muestra:.....	81
<b>5.4.4. Resultado de la investigación.</b> .....	82
<b>5.4.5. Principales competidores.</b> .....	82
<b>5.6. Estructura competitiva.</b> .....	83
<b>5.5.1. Competencia Potencial.</b> .....	84
<b>5.5.2. Competencia Actual, Rivalidad entre empresas.</b> .....	85
<b>5.5.3. Poder de los Proveedores.</b> .....	85
<b>5.5.4. Poder de Clientes.</b> .....	86
<b>5.5.5. Productos Sustitutos.</b> .....	86
6. Plan de Marketing. ....	89
<b>6.1. Análisis FODA.</b> .....	89
<b>6.2. Matriz FODA.</b> .....	90
<b>6.3. Marketing Estratégico.</b> .....	92
<b>6.4. Estrategias según Igor Ansoff.</b> .....	92
<b>6.5. Estrategias según Michael Porter.</b> .....	93
<b>6.6. Marketing Operativo.</b> .....	96
<b>6.6.1. Producto - Servicio:</b> .....	96
<b>6.6.2. Precio:</b> .....	96
<b>6.6.3. Punto de Distribución:</b> .....	96
<b>6.6.4. Promoción:</b> .....	97
<b>6.6.5. Personas:</b> .....	97
<b>6.6.6. Proceso:</b> .....	97
<b>6.6.7. Presencia (evidencia) física:</b> .....	98
<b>6.6.8. Productividad y Calidad.</b> .....	98
7. Aspectos Operacionales.....	100
<b>7.1. Proceso y Operaciones.</b> .....	101
<b>7.1.1. Proceso de Venta:</b> .....	101
8. Responsabilidad Social .....	104
<b>8.1. Impacto ambiental.</b> .....	105
<b>8.2. Impacto socioeconómico.</b> .....	106
<b>8.3. Impacto cultural.</b> .....	107
<b>8.4. Aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto.</b> .....	107
9. Plan de Expansión. ....	109
<b>9.1. Riesgos internos de expansión.</b> .....	109
<b>9.2. Riesgos externos de expansión.</b> .....	110
<b>9.3. Barreras de salida.</b> .....	111
<b>9.4. Imagen de marca.</b> .....	111
<b>9.5. Mapa de riesgo.</b> .....	112
10. Aspectos Financieros.....	114
<b>10.1. Inversiones Necesarias y Financiaciones.</b> .....	114
<b>10.2. Cronograma de Inversiones y Financiaciones.</b> .....	116
<b>10.3. Servicio de la Deuda.</b> .....	117
<b>10.4. Proyección de Ventas.</b> .....	119
<b>10.5. Capital de Trabajo Bruto y Neto.</b> .....	121

<b>10.6. Proyección de Costos y Gastos.....</b>	124
<b>10.7. Costos del Proyecto .....</b>	126
<b>10.8. Mano de obra y cargas sociales. ....</b>	128
<b>10.9. Estado de Resultado.....</b>	131
<b>10.10. Evaluación (VAN – TIR).....</b>	133
<b>10.11. Cálculo de Depreciaciones y Amortizaciones. ....</b>	139
<b>10.12. Fuente y Uso de Fondos. ....</b>	140
<b>10.13. Punto de equilibrio contable y financiero. ....</b>	142
<b>10.14. Balance Proyectado.....</b>	143
11. Conclusiones y Recomendaciones .....	144
12. Bibliografía .....	145
13. Anexo.....	146

## **RESUMEN**

El proyecto tratará la creación de una empresa en la ciudad de Asunción, donde se adaptará la organización del local, además se comercializará una diversidad de artículos y servicios deportivos.

La empresa estará constituida como una SOCIEDAD ANONIMA ante el estado paraguayo cumpliendo todos los procesos establecidos por la ley.

La diferenciación de la empresa estará constituida por altos estándares de calidad en los artículos deportivos ofrecidos y, por la creación de una aplicación (APP) para facilitar que el cliente obtenga los productos que desee.

La ubicación estratégica es también una de las oportunidades de negocio, ya que la empresa estará ubicada en el barrio Manorá. En la avenida España casi Augusto Roa Bastos, donde existe una alta concurrencia de personas.