

Ingeniería Comercial

**“FIT MARKET S.R.L”
Suplementos Deportivos**

Alumnos:

**María Fe Chamorro Burgos
Jorge Ernesto Ferreira Villalba**

**Asunción – Paraguay
2020**

INDICE

1 CAPITULO 1 – CONCEPTO DEL NEGOCIO	11
1.1 Descripción de la empresa	11
1.1.1 Visión	11
1.1.2 Misión.....	11
1.1.3 Valores.....	12
1.2 Objetivos	14
1.2.1 Objetivos Generales.....	14
1.2.2 Objetivos específicos.....	14
1.3 Localización	15
1.3.1 Macro Localización.....	15
1.3.2 Micro localización.....	16
1.4 Método de los Factores Ponderados	17
1.4.1 Puntuaciones de las distintas alternativas.....	17
1.4.2 Escala.....	18
1.5 Ventaja competitiva	19
2 CAPITULO 2 – ASPECTOS JURIDICOS	20
2.1 Proceso de apertura del negocio	20
2.1.1 Escritura de Constitución	20
2.1.2 Inscripción en Registro Público de Comercio	21
2.1.3 Rubrica de libros contables.....	22
2.1.4 Inscripción Registro Único del Contribuyente.....	23
2.1.5 Apertura en Municipalidad	25
2.1.6 Instituto de Previsión Social	26
2.1.7 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad	27
2.1.8 Ministerio de Industria y Comercio. DINAPI.....	27
2.1.9 Acta de Constitución	29
2.2 Leyes que afectan al Proyecto.....	34
2.3 Plan Fiscal	34
2.4 Presupuesto jurídico inicial.	35
2.4.1 Gastos de Escribanía.....	35
2.4.2 Publicaciones.....	36
2.4.3 Apertura en Municipalidad	36
2.4.4 Libros impositivos y legales.	37
2.4.5 Inscripción Registro de Marca.....	38
2.4.6 Confección de documentos.....	39
2.4.7 Honorarios Profesionales.....	40
2.4.8 TOTAL GENERAL	41
3 CAPITULO 3 – ASPECTOS ECONOMICOS	42
3.1 Macroeconomía.	42
3.2 Tasa de desempleo.....	42
3.3 Producto interno bruto (P.I.B).....	43
3.4 Variación del dólar	45

3.5 Tasa de inflación.....	46
3.6 Variación del salario mínimo.....	47
3.7 Microeconomía	48
3.8 Elasticidad de la oferta.....	48
3.9 Elasticidad de la demanda.....	49
4 CAPITULO 4 – ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	51
4.1 Estructura organizativa.	51
4.1.1 Organigrama General	52
4.1.2 Organigrama según Henry Mintzberg.	53
4.1.3 Las configuraciones Estructurales según Henry Mintzberg	55
4.2 Estrategia de recursos humanos.	57
4.2.1 Reclutamiento y selección del personal.....	57
4.3 Manual de organización y funciones.....	65
4.4 Manual de Procedimientos.....	115
4.5 Fluxograma.....	118
4.6 Lay Out.....	123
4.7 Definiciones básicas de contabilidad	125
5 CAPITULO 5 – ANALISIS DE MERCADO.....	129
5.1 Investigación de mercado	129
5.1.1 Tipos de investigación	129
5.1.2 Objetivo general de la investigación	132
5.1.3 Objetivos específicos de la investigación	133
5.2 Determinación de la muestra.....	146
5.3 Cuestionario Estructurado.....	150
5.4 Análisis de datos.....	154
5.5 Resultado de la investigación.....	168
5.5.1 Principales competidores.....	168
5.5.2 Análisis de la estructura competitiva del sector según Michael Porter.....	169
6 CAPITULO 6 – PLAN DE MARKETING.....	175
6.1 Análisis FODA.....	175
6.2 Marketing Estratégico	178
6.2.1 Estrategias según Ansoff	178
6.2.2 Estrategia según Michael Porter	180
6.2.3 Marketing Operativo	181
7 CAPITULO 7 – ASPECTOS OPERACIONALES	184
7.1 Organigrama del sector comercial	184
7.2 Proceso de compra de los productos.....	185
7.3 Proceso de venta.....	186
7.4 Principales proveedores.....	186
8 CAPITULO 8 – RESPONSABILIDAD SOCIAL	188
8.1 Impacto Ambiental.....	189
8.2 Impacto Socioeconómico	191
8.3 Impacto Cultural.....	192
8.4 Aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto.....	193
9 CAPITULO 9 – PLAN DE EXPANSION.....	194

9.1 Riesgos internos de expansión.....	194
9.2 Riesgos externos de expansión	195
9.3 Barreras de salida.....	196
9.4 Imagen de marca.....	196
9.5 Mapa de riesgo.....	198
10 CAPITULO 10 – ASPECTOS FINANCIEROS.....	200
10.1 Inversión y financiamiento.....	200
10.2 Cronograma de inversión y financiamiento.	202
10.3 Servicio de la deuda.	203
10.4 Ventas del proyecto.	204
10.5 Capital de trabajo requerido.	206
10.6 Proyección de costos gastos.....	207
10.7 Costos del proyecto.....	208
10.8 Mano de obra.....	209
10.9 Estados de resultados proyectados.....	210
10.10 Calculo de la rentabilidad.....	211
10.11 Calculo de rentabilidad del proyecto	212
10.12 Calculo de depreciaciones y amortizaciones.....	213
10.13 Fuentes y usos de fondos.	214
10.14 Calculo del punto de equilibrio.	215
10.15 Balances proyectados.....	217
Bibliografía.....	222

RESUMEN

FIT MARKET S.R.L es una empresa dedicada a la venta de suplementos deportivos.

El siguiente trabajo investigado consta de 10 capítulos en los cuales se desarrollan los contenidos a ser utilizados y se desglosan de la siguiente manera.

Capítulo 1: Se inicia con el concepto del negocio, se detalla una breve descripción de la empresa, los objetivos y la localización. Se establecen la misión, visión y valores y el método de factores ponderados.

Capítulo 2: Se refiere al aspecto Jurídico en donde se detallan los requerimientos jurídicos de acuerdo al tipo de sociedad a constituirse, los documentos y tiempos necesarios para la apertura, además de los costos de los mismos.

Capítulo 3: Incluye el aspecto económico del entorno, se detallan indicadores económicos del país, Producto interno Bruto (PIB), balanza comercial (importación/exportaciones), fluctuación del tipo de cambio, Comportamiento de la reserva monetaria, Superávit o déficit Fiscal e Inflación. El Plan Financiero es el eje de todo plan de negocios, debe dar al lector una visión muy completa acerca del potencial de la compañía, su rentabilidad, sus requerimientos de inversión y los riesgos financieros involucrados.

Capítulo 4: Se detalla el aspecto administrativo, se elabora el organigrama general de la empresa, estrategia de RRHH, manual de funciones y cargos, fluxogramas y las configuraciones según Henry Minzberg. Por otro lado, también encontramos LAY OUT y las definiciones contables básicas.

Capítulo 5: Se compone de la investigación de mercado, en la cual se establecen los objetivos de investigación que orientaran a la toma de decisiones. Se detallan el tipo de investigación a realizarse, procesamiento de datos, la determinación del plan y tamaño de la muestra, el análisis de datos, al finalizar se realiza un informe con las respectivas conclusiones de los hechos más resaltantes. También encontramos el análisis de la estructura competitiva de Michael Porter.

Capítulo 6: Aquí abordamos el plan de marketing, se detallan el análisis FODA de la empresa, el marketing estratégico, la matriz Ansoff, estrategias de Michael Porter, las 7 p del marketing mix, por ultimo nuestros productos ofrecidos con sus respectivos precios.

Capítulo 7: Desarrolla los aspectos operacionales, el organigrama del sector comercial, el proceso de compra de los productos, el proceso de ventas y nuestros principales proveedores.

Capítulo 8: Incluye todo lo referente a la responsabilidad social, temas como el impacto ambiental, socioeconómico y cultural, finalizando con los aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto.

Capítulo 9: Se aborda el plan de expansión del proyecto, los riesgos internos y externos de expansión, las barreras de salida y la imagen de nuestra marca. Por ultimo detallamos el mapa de riesgo.

Capítulo 10: Desarrolla los puntos financieros claves tales como; Proyección de ingresos, Proyección de Costos y Gastos, Inversiones necesarias y Financiación, Estado de Resultados, Flujo de Caja proyectado, Período de recupero de la Inversión, Rentabilidad del Negocio, Capital de trabajo requerido (bruto y neto), Punto de equilibrio (contable y financiero), Detalle tasa de corte o costo de oportunidad, Fuentes y usos de fondos.