

**Ciencias Contables y Administrativas**

***MJ SPORT S.R.L***

***Todo lo que buscás***

**Alumnos:**

**Marcos Jara**

**José Carrera**

**Asunción – Paraguay**

**2015**

## ÍNDICE

|                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------|-----|
| Agradecimientos                                               | 3   |
| Introducción                                                  | 4   |
| Resumen Ejecutivo                                             | 5   |
| Capítulo I                                                    | 6   |
| 1.1 Introducción a la idea del Proyecto                       | 6   |
| 1.2 Requerimientos Jurídicos                                  | 7   |
| 1.3 Localización de la empresa u organización                 | 29  |
| Capitulo II                                                   | 34  |
| 2.1 Objetivo General de Investigación                         | 34  |
| 2.2 Objetivos y Requerimientos                                | 35  |
| 2.3 Tipos de Investigación a utilizarse                       | 37  |
| 2.4 Procedimiento de recolección de datos                     | 39  |
| 2.5 Determinación del plan y tamaño de la muestra             | 47  |
| 2.6 Recolección de datos                                      | 50  |
| 2.7 Análisis de datos                                         | 53  |
| 2.8 Conclusiones                                              | 68  |
| Capitulo III                                                  | 69  |
| 3.1 Análisis de la Macro segmentación                         | 69  |
| 3.2 Análisis de la Micro segmentación                         | 76  |
| 3.3 Análisis de la Demanda                                    | 82  |
| 3.4 Plan de Marketing                                         | 87  |
| 3.4.1 Análisis Situacional                                    | 87  |
| 3.4.2 Objetivos                                               | 115 |
| 3.4.3 Estrategias                                             | 117 |
| 3.4.4 Planes de Acción                                        | 128 |
| Capitulo IV                                                   | 151 |
| 4.1 Análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter) | 151 |
| 4.2 Plan de Administración                                    | 164 |
| 4.2.1 Análisis Situacional – Matriz FODA                      | 164 |
| 4.2.2 Estrategias                                             | 168 |
| 4.2.3 Objetivos                                               | 175 |
| 4.2.4 Políticas                                               | 175 |
| 4.2.5 Planes de Acción                                        | 180 |
| 4.3 Estructura Organizacional                                 | 183 |
| 4.3.1 Organigrama                                             | 183 |
| 4.3.2 Recursos Humanos                                        | 190 |
| 4.3.3 Layout                                                  | 192 |
| 4.3.4 Costo de Producción y/o Servicio                        | 194 |
| 4.4 Plan de Cuentas                                           | 213 |
| 4.5 Aspectos Económicos                                       | 217 |
| Capítulo V                                                    | 224 |
| Capítulo VI                                                   | 245 |
| 6.1 Impacto Ambiental                                         | 245 |

|                                                        |     |
|--------------------------------------------------------|-----|
| 6.2 Impacto Socio-Económico                            | 246 |
| 6.3 Impacto Cultural                                   | 246 |
| 6.4 Aspectos Éticos de la sustentabilidad del Proyecto | 247 |
| 6.5 Plan de Expansión                                  | 247 |
| 6.5.1 Factores internos y externos                     | 248 |
| 6.5.2 Plan de Salida                                   | 248 |
| Conclusión                                             | 250 |
| Anexos                                                 | 251 |
| Bibliografía                                           | 283 |

## **RESUMEN**

Nuestro estudio de Mercado nos mostró que la zona elegida es la apropiada ya es de mucha circulación de mercado, que según las encuestas realizadas el 95% de las personas que pasan por el lugar le gusta el estilo de ropa que venderemos.

Nuestro enfoque para la macro segmentación consiste en Producto – Mercado Especifico, debido que nuestros productos son del rubro deportivo. Para la administración usaremos la estrategia Competitiva de Ansoff Penetración por el hecho ser nuevos en el rubro. La empresa MJ Sport S.R.L es constituida bajo una estructura simple por contar con un reducido personal.

Con respecto a la expansión tenemos pensado abrir locales en las ciudades aledañas.

Con el análisis financiero, observamos que la inversión del proyecto, con financiamiento de una entidad bancaria, generara un VAN positivo y la recuperación del capital invertido en menor tiempo que la inversión sin financiamiento.