

Ingeniería Comercial

**Muebles De Cocinas “El WENGUE S.R.L.”
“Muebles de Cocinas para Renovar”**

María Gloria Romero Martínez

**Asunción- Paraguay
2017**

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
RESUMEN EJECUTIVO	8
1. Capítulo I: Antecedentes del Proyecto	10-64
1.1. Investigación de mercado.....	10-29
1.2. Descubrimiento y Planteamiento de la idea de negocio.....	30-34
1.2.1. Necesidad de los clientes.....	30
1.2.2. Solución de un problema existente.....	30
1.2.3. Introducir nuevo producto y servicio.....	30
1.2.4. Evaluar una estrategia implementada para el posicionamiento del producto.....	31
1.2.5. Justificación.....	31
1.2.6. Alcance de la idea de negocio.....	31
1.2.7. Mercado global.....	32
1.2.8. Mercado potencial.....	32-33
1.2.9. Ventaja competitiva.....	34
1.3. Análisis económico de contexto.....	35-46
1.4. Análisis de Oferta.....	47-58
1.5. Análisis de demanda.....	59-64
2. Capítulo II: Planificación Empresarial	66-193
2.1. Descripción de la empresa.....	66-114
2.1.1. Denominación.....	66
2.1.2. Misión.....	67
2.1.3. Visión.....	67
2.1.4. Valores.....	67
2.1.5. Objetivo General.....	67
2.1.6. Objetivos Específicos.....	68
2.1.7. Estructura. Organigrama general.....	68-69
2.1.8. Análisis situacional de la empresa (FODA)	70-72
2.1.9. Macrolocalización.....	73
2.1.10. Microlocalización.....	74
2.1.11. Análisis de factores ponderados para localización.....	75
2.1.12. Estructura de Mintzberg.....	76-77
2.1.13. Reglamento Interno de Trabajo.....	78-95
2.1.14. Manual de Organizaciones y Funciones.....	96-109
2.1.15. Manual de Procedimientos.....	110,112
2.1.16. Fluxograma.....	111,113
2.1.17. Layout.....	114
2.2. Aspectos jurídicos de la empresa.....	115-170
2.2.1. Aplicación y justificación de leyes y regulaciones.....	115-144
2.2.2. Descripción del proceso de inscripción legal.....	145-167
2.2.3. Plan fiscal de la empresa.....	168
2.2.4. Presupuesto Jurídico Inicial.....	169-170
2.3. Plan Operacional.....	171-193
2.3.1. Estructura de producción	171-172

2.3.2. Proceso de producción.....	173-180
2.3.3. Infraestructura y equipos necesarios.....	181-189
2.3.4. Principales proveedores	190-193
3. Capítulo III: Plan de comercialización.....	195-208
3.1. Marketing Estratégico.....	195-203
3.1.1. Dimensionamiento del mercado.....	195-197
3.1.2. Identificación de módulos producto-mercado (mercados de referencia).....	197
3.1.3. Selección y justificación de estrategias.....	198
3.1.4. Etapas del proceso de microsegmentación.....	198-199
3.1.5. Estrategias de segmentación.....	200
3.1.6. Estrategia según Michael Porter.....	201-202
3.1.7. Estrategia según Igor Ansoff.....	202-203
3.2. Marketing Operativo.....	204-208
3.2.1. Mix de marketing para productos (4Ps)	204-208
4. Capítulo IV: Planificación financiera.....	210-224
4.1. Cuadro 1 “Inversión y Financiamiento”	210
4.2. Cuadro 2 “Cronograma de inversión y financiamiento”	211
4.3. Cuadro 3 “Servicio de deuda”	212
4.4. Cuadro 4 “Ventas del proyecto”	213
4.5. Cuadro 5 “Capital de trabajo requerido”	214
4.6. Cuadro 6-1 “Estructura de costos fijos y variables”	215
4.7. Cuadro 6 “Costos del proyecto”	216
4.8. Cuadro 7 “Estados de resultados proyectados”	217
4.9. Cuadro 8 “Cálculo de la rentabilidad del proyecto”. Con financiamiento.	218
4.10. Cuadro 8 “Cálculo de la rentabilidad del proyecto”. Sin financiamiento.	219
4.11. Cuadro 9 “Cálculo de depreciaciones y amortización”	220
4.12. Cuadro 10 “Fuentes y usos de Fondos”	221
4.13. Cuadro 11 “Cálculo de punto de equilibrio”	222
4.14. Cuadro 12 “Balances Proyectados”.....	223
4.15. Cuadro de mano de obra.....	224
4.16. Costo Promedio Ponderando de Capital (Tasa de Corte).....	225
5. Capítulo V: Planificación contable.....	227-232
6. Capítulo VI: Responsabilidad social (RSE)	234-238
6.1. Impacto Ambiental.....	235
6.2. Impacto Socioeconómico.....	236
6.3. Impacto Cultural.....	237
6.4. Aspectos éticos de la sustentabilidad del proyecto.....	238
7. Capítulo VII: Plan de expansión empresarial.....	240-244
7.1. Riesgos interno de expansión.....	241
7.2. Riesgos externos de expansión.....	242
7.3. Barreras de salida.....	243
7.4. Mapa de Riesgo.....	244
CONCLUSIÓN.....	245
BIBLIOGRAFÍA.....	246-249
ANEXOS.....	250-260

RESUMEN

El plan de negocio se ha elaborado detalladamente buscando la puesta en marcha de la empresa “EL WENGUE S.R.L”, mediante su ubicación estratégica realizará sus primeras actividades comerciales en el barrio de Villa Aurelia de la Ciudad de Asunción y se dedicará a la fabricación y comercialización de productos como muebles de cocinas estándar, muebles de cocinas con diseño exclusivo, desayunadores y estantes de cocinas. Cuya contribución económica es el desarrollo del mercado, mayores ofertas de productos acorde a los gustos y necesidades de los clientes, la generación de fuente de empleo y el desarrollo de los empleados guiados por la cultura empresarial.

De la investigación de mercado realizada se resalta que la mayoría de los encuestados en un 97% les gustaría renovar sus muebles de cocinas, las personas encuestadas son jóvenes solteros/as cuyos ingresos son superiores a 2.000.000Gs. y en un 43% respondieron que estarían dispuestos a comprar de los muebles de cocinas en un lapso de tiempo de 5 años. Se resalta que a los encuestados que les gustaría recibir informaciones acerca de los productos por medio de “La Internet” y las “Redes Sociales”. Además, la empresa “Achon” muy conocida según manifestaciones de los encuestados y es la principal proveedora de muebles de cocinas en el mercado local.

La ventaja competitiva que adopta de la empresa “EL WENGUE S.R.L.” es la diferenciación de los productos ofreciendo calidad y servicio de atención personalizada a todos los clientes. Siendo el principal objetivo la capacitación y el desarrollo de la buena comunicación interna de los empleados, promocionando el trabajo en equipo para el cumplimiento eficaz de las metas.

El contexto económico favorece la realización de inversiones debido al crecimiento económico del país y el movimiento comercial, la estabilidad del dólar, el salario mínimo legal, la inflación controlada en los últimos años.

La empresa elige como estrategia concentrarse únicamente en la fabricación y comercialización de muebles de cocinas debido a la existencia pocos competidos dedicados exclusivamente a este rubro en el mercado.

El análisis financiero refleja que el índice de endeudamiento oscila entre el 27% al 17% a largo de los 5 años de la puesta en marcha de la empresa.

La empresa promueve la participación activa de los empleados en el cuidado del medio ambiente por medio del reciclado de los papeles, adecuada manipulación de los productos inflamables y tóxicos, el ahorro de la energía y el mantenimiento adecuado de las instalaciones.

Por último, la empresa en su afán de expandirse proyecta la apertura de tres sucursales en Autopista, Luque y Ciudad de Este.