

Ciencias Contables y Administrativas

SCARPE S.A.

Guillermo Daniel Espínola Monjagatta

**Asunción – Paraguay
2016**

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS.....	1
INTRODUCCIÓN.....	2
RESUMEN EJECUTIVO.....	3
CAPITULO I: INTRODUCCIÓN IDEA DEL PROYECTO	
1.1 INTRODUCCIÓN AL PROYECTO.....	4
1.2 REQUERIMIENTOS JURÍDICOS.....	5
1.2.2 SOCIEDAD ANONIMA(S.A.).....	6
1.2.3 PROCESOS DE APERTURA DEL NEGOCIO.....	7
1.3 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	14
CAPITULO II: INVESTIGACIÓN DE MERCADO	
2.1 DEFINICIONES.....	17
2.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
2.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y FUENTE DE DATOS.....	19
2.4 PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	21
2.5 SELECCIÓN Y TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	29
2.6 RECOLECCIÓN DE DATOS.....	39
2.7 ANÁLISIS DE DATOS.....	39
2.8 CONCLUSIÓN.....	53
CAPITULO III: PLAN DE MARKETING	
3.1 ANÁLISIS DE LA MACRO SEGMENTACION.....	54
3.2 ANÁLISIS DE LA MICRO SEGMENTACION.....	60
3.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	64
3.4 PLAN DE MARKETING.....	69
3.4.1 ANÁLISIS SITUACIONAL.....	70
3.4.2 OBJETIVO DE MARKETING Y VENTAS.....	81
3.4.3 ESTRATEGIAS.....	82
3.4.4 PLAN DE ACCIÓN.....	83
CAPÍTULO IV: ADMINISTRACIÓN/CONTABILIDAD	
4.1 ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA DEL SECTOR (MICHAEL PORTER).....	87
4.2 PLAN DE ADMINISTRACIÓN.....	91
4.2.1 ANÁLISIS SITUACIONAL – MATRIZ FODA.....	92
4.2.2 LAS ESTRATEGIAS DE MICHAEL PORTER.....	96
4.2.3 OBJETIVOS.....	100
4.2.4 POLÍTICAS.....	100
4.2.5 PLAN DE ACCIÓN.....	103
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	104
4.3.1 ORGANIGRAMA.....	118
4.3.2 RECURSOS HUMANOS (SALARIOS, CARGAS SOCIALES).....	120
4.3.3 LAYOUT.....	120
4.3.4 COSTO DE PRODUCCIÓN Y SERVICIO.....	122
4.4 PLAN DE CUENTA.....	124

4.5 ASPECTO ECONÓMICO.....	128
CAPÍTULO V: PLAN FINANCIERO DE LA EMPRESA.	
5.1 INVERSIONES.....	133
5.2 CRONOGRAMA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....	134
5.3 DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIONES.....	135
5.4 SERVICIO DE DEUDA.....	136
5.5 MANO DE OBRA.....	137
5.6 CRONOGRAMA DE PRODUCCIÓN Y VENTAS.....	138
5.7 INGRESOS POR VENTAS.....	139
5.8 COSTOS TOTALES.....	141
5.9 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	142
5.10 CAPITAL DE TRABAJO.....	143
5.11 ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTOS CON FINANCIAMIENTO.	144
5.12 ESTADOS DE RESULTADOS SIN FINANCIAMIENTO.....	145
5.13 FLUJOS DE CAJAS PROYECTOS CON FINANCIAMIENTO.....	146
5.14 FLUJOS DE CAJA PROYECTOS SIN FINANCIAMIENTO.....	147
5.15 ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS CON FINANCIAMIENTOS.....	148
5.16 ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS SIN FINANCIAMIENTO.....	149
5.17 BALANCES PROYECTADOS CON FINANCIAMIENTO.....	150
5.18 BALANCES PROYECTADOS SIN FINANCIAMIENTO.....	151
5.19 INDICADORES FINANCIEROS.....	152
CAPITULO VI: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.	
6.1 IMPACTO AMBIENTAL.....	154
6.2 IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO.....	156
6.3 IMPACTO CULTURAL.....	157
6.4 ASPECTO ÉTICOS DE LA SUSTENTABILIDAD DEL PROYECTO.....	158
6.5 PLAN DE EXPANSIÓN.....	160
CONCLUSION	165
BIBLIOGRAFÍA.....	166

RESUMEN

La empresa SCARPE S.A. es un proyecto de tesis iniciado en el año 2015 y culminado en este 2016, es una empresa dedicada a la compra y venta de CALZADOS MASCULINOS Y FEMENINOS, ubicado en la capital del país Asunción, en el Mall Excelsior , dirección : Chile y Manduvira.

Es necesario recalcar que el proyecto se encuentra en un estado de introducción al mercado, cuenta con una investigación de mercado con un plan definido de negocios y con proyecciones financiera a 5 años de plazo.

Esta empresa está orientada a brindar el mejor servicio dentro de la tienda con una excelente atención desde la entrada y salida del cliente, buscando la satisfacción en el producto que obtengan y en el trato en todos los sentidos dentro de local comercial.

De acuerdo a las investigaciones hechas, se realizará un trabajo minucioso sobre las posibles debilidades y amenazas de toda la empresa para poder contrarrestarla y aumentar los puntos fuertes encontrados, logrando así introducirse de manera eficiente al mercado, buscando asentarnos, luego crecer y extendernos a otros puntos rentables de la ciudad.

El objetivo es poder ser un gran referente dentro del mercado competitivo en un periodo de mediano plazo, a fin de incrementar la demanda, y que una de las primeras opciones del cliente a la hora de la compra sea visitar y comprar de SCARPE S.A.