

Ingeniería Comercial

BetteR S.R.L.

Calzados en cuero Original

Diego Armando Figueredo Espinoza

Asunción – Paraguay

2019

INDICE

AGRADECIMIENTO	ii
DEDICATORIA	iii
INTRODUCCION	1
RESUMEN EJECUTIVO	2
CAPITULO 1- CONCEPTO DEL NEGOCIO	3
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.	4
VISIÓN	5
MISIÓN	6
VALORES	7
OBJETIVOS	9
Importancia de los objetivos	9
Objetivos Generales	9
Objetivos específicos	9
LOCALIZACIÓN	10
Métodos de Factores Ponderados	12
Puntuaciones de las distintas alternativas.	12
Ventaja Competitiva	14
CAPITULO 2 ASPECTOS JURÍDICOS	15
A) PROCESO DE APERTURA DEL NEGOCIO.	16
B) LEYES QUE AFECTAN AL PROYECTO.	30
C) PLAN FISCAL.	31
D) PRESUPUESTO JURÍDICO INICIAL.	32
CAPÍTULO 3 – ASPECTOS ECONÓMICOS	35
A) MACROECONOMÍA.	36
1) Tasa de Desempleo	36
2) Producto Interno Bruto (PIB)	37
3) Variación del dólar	38
4) Inflación	39
5) Variación del salario mínimo.	40
B) MICROECONOMÍA.	42
CAPÍTULO 4 - ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	47
A) ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	48
B) LAS CONFIGURACIONES ESTRUCTURALES SEGÚN HENRY MINTZBERG	50
C) ESTRATEGIAS DE RECURSOS HUMANOS	51
1) Reclutamiento del personal:	51
2) Proceso de Selección:	52
3) Contratación	52
4) Inducción y Socialización	53
5) Adiestramiento y capacitación	54
6) Compensación de las personas (capital de retiro, bonos, entre otros)	54
D) MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES.	55

MANUAL DE FUNCIONES BETTER	56
MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	66
E) FLUXOGRAMA	67
G) LAYOUT	70
G) DEFINICIONES BÁSICAS DE CONTABILIDAD: Concepto	72
CAPÍTULO 5 - ANÁLISIS DE MERCADO	79
D) Investigación de mercado.	80
b. Diseño de la investigación.	81
c. Método de recolección, procesamiento y análisis de datos.	81
d. Diseño de la muestra	82
e. Recolección de datos	83
f. Procesamiento de datos	83
i. Resultado de la investigación.	89
II) Principales competidores.	90
Análisis de la estructura competitiva del sector (Michael Porter).	91
CAPÍTULO 6 – PLAN DE MARKETING	97
I) Análisis FODA.	98
Marketing Estratégico.	100
II) Marketing Operativo.	103
CAPÍTULO 7 - ASPECTOS OPERACIONALES	115
I) Organigrama del sector productivo.	116
II) Proceso de producción.	117
III) Principales proveedores.	118
CAPÍTULO 8 -RESPONSABILIDAD SOCIAL	121
I) Impacto ambiental.	123
II) Impacto socioeconómico.	124
III) Impacto cultural.	124
IV) Aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto.	125
CAPÍTULO 9 - PLAN DE EXPANSIÓN	126
I) Riesgos internos de expansión.	128
II) Riesgos externos de expansión.	128
III) Barreras de salida.	129
IV) Imagen de marca.	130
V) Mapa de riesgo.	131
Cuadros Financieros	134
Cuadro N° 1: Inversión y Financiamiento	134
Cuadro N° 2: Cronograma Inversión y Financiamiento	135
Cuadro N° 3: Servicio de Deuda	135
Cuadro N° 4: Ventas del proyecto	136
Cuadro N° 5: Capital de trabajo requerido	137
Cuadro N° 6: Costos del proyecto	138
Cuadro N° 6-I: Estructura de Costos fijos y variables	138
Cuadro N° 7: Estados de Resultados	139
Cuadro N° 8: Cálculo de la rentabilidad del proyecto con financiamiento	139
Cuadro N° 8-I: Cálculo de la rentabilidad del proyecto sin financiamiento	140

Cuadro N° 9: Cálculo de depreciación y amortizaciones	140
Cuadro N° 10: Fuentes y usos de fondos	141
Cuadro N° 11: Cálculo del punto de equilibrio	142
Cuadro N° 12: Balance proyectadas	143
Servicio de deuda por proyecto	143
Cuadro – Mano de obra	144
CONCLUSIÓN	145
BIBLIOGRAFÍA	146
GLOSARIO	147
ANEXOS	152

RESUMEN

El presente proyecto presenta un plan de negocio para la implementación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de calzado industrializado en la ciudad de Capiatá, dando a conocer las fortalezas y debilidades del producto en el mercado, contemplamos los diferentes estudios necesarios para su afirmación, son los siguientes:

- ESTUDIO DE MERCADOS
- ESTUDIO TECNICO
- ESTUDIO FINANCIERO

Con el fin de comprobar la viabilidad, es necesario examinar los negocios a enfrentar las posibles dificultades, con el fin de obtener una producción cada vez mayor y como eficiencia de vía de solución a la situación actual, para lo cual se requiere de un alto grado de competitividad, lo que exige la implantación de un proceso de mejoramiento continuo.

En él se describen los aspectos técnicos y administrativos de la empresa y el plan de marketing, así como los ingresos y los gastos en que se incurrirá para alcanzar una rentabilidad aceptable para los inversores. Las razones que justifican el interés por la fabricación y comercialización de calzado BetteR, es ser la fábrica en el sector que se encargue de la creación de calzado modelo para ambos sexos ya que este producto está elaborado de cuero que es la principal materia prima la cual encontramos en cualquier época del año.

En un mundo de globalización y de innovación de productos o servicios, es necesario estar alerta a las exigencias y expectativas del mercado, para ello es muy importante para asegurar el éxito de las empresas, hacer uso de técnicas y herramientas, el estudio de mercado es muy importante, en conjunto con una serie de investigaciones como lo son: competencia, los canales de distribución, lugares de venta del producto, fuertes campañas de publicidad, precios, y otros. Finalmente, para la realización de este estudio se han empleado tanto fuentes de información directas como indirectas. Las primeras han sido contactos con empresas del sector del calzado, productoras y distribuidoras de calzado del país.

Con respecto a la demanda de calzado en BetteR, al igual que en el resto del mundo está fuertemente influenciada por las tendencias de la moda y el precio.