

Administración de Empresas

Importación y comercialización de Productos

Juan Arturo Benítez Sánchez

Asunción, Paraguay

2017

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	1
CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DEL PROYECTO	2
Descubrimiento y planteamiento de la idea de negocio.....	3
Necesidad.....	3
Idea inicial de negocio.....	4
Naturaleza de la idea de negocio.....	4
Alcance de la idea de negocio.....	5
Ventaja competitiva.....	7
Diseño de investigación.....	8
Datos estadísticos de la encuesta.....	8
Análisis económico de contexto.....	15
PIB	15
Variación del dólar.....	17
Desempleo.....	20
Inflación.....	22
Variación del salario mínimo.....	24
Elasticidad de oferta y demanda.....	25
Análisis de oferta.....	29
Análisis de fuerzas de Michael Porter.....	30
Análisis de demanda.....	31
Clientes potenciales.....	31
Volumen de consumo.....	32
Relevamiento de interés (encuestas, cuestionarios, etc.).....	32
Beneficio esperado.....	32
Tipología y características deseadas en productos/servicios.....	32
Envases, embalajes, servicios posventa.....	32
Canales de comunicación.....	32
Estimación de precios.....	33
CAPÍTULO II: PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL	34
Denominación.....	35
Tipología de empresa.....	35
Misión.....	35
Visión. Valores. Objetivos.....	36
Estructura. Organigrama general.....	37
Análisis situacional de la empresa (FODA).....	39
Análisis de factores ponderados para localización de plantas/oficinas....	39
Ponderación de ubicaciones y selección final.....	40
Estructura de Mintzberg (DEO).....	41
Políticas y reglamentos.....	44
Manual de organizaciones y funciones.....	53
Manual de procedimientos.....	59
Fluxograma (principales procedimientos o funciones).....	60
Layout.....	63
Aspectos jurídicos de la empresa.....	64

Ley 1183/85 Código Civil.....	64
Ley 213, Código Laboral.....	80
Ley 1034/83, del Comerciante.....	108
Ley 1352/88, RUC, Ministerio de Hacienda.....	116
Ley 125/91, Impuesto a la Renta.....	121
Descripción del proceso de inscripción legal de la empresa.....	135
Descripción del proceso de importadores.....	136
Requisitos. Importador casual	137
Rúbrica de libros contables.....	138
Patente Municipal.....	138
IPS.	138
MJYT.....	139
Plan fiscal de la Empresa.....	140
Presupuesto jurídico Inicial.....	140
ACTA DE CONSTITUCION.....	144
Plan operacional.....	148
Infraestructura y equipos necesarios.....	148
Principales Proveedores (materia prima e insumos).....	149
CAPITULO III: PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.....	150
Marketing estratégico.....	151
Dimensionamiento del mercado.....	151
Identificación de mercados de referencia.....	151
Selección y justificación de estrategias de cobertura de los mercados... ..	151
Especialización Selectiva.....	151
Microsegmentación.....	152
Aplicación de estrategias de segmentación.....	152
Estrategias.....	152
Por características sociodemográficas.....	152
Por ventajas buscadas.....	152
Por estilos de vida.....	152
Por comportamiento de compra.....	153
Selección y justificación de mercado meta.....	153
Estrategia de Porter.....	153
Selección y justificación.....	155
Estrategia de Ansoff.....	155
Marketing operativo.....	157
Mix de marketing para servicios (7Ps).....	157
Producto o Servicio.....	157
Precio.....	157
Plaza.....	158
Promoción.....	158
Procesos.	159
Persona.....	159
Prueba Fisica.....	159
CAPÍTULO IV: PLANIFICACIÓN FINANCIERA.....	160

Inversión y Financiamiento.....	161
Cronograma Inversión y Financiamiento.....	162
Servicios de deuda.....	163
Venta del Proyecto.....	164
Capital del Trabajo Requerido.....	165
Costos del Proyecto.....	166
Estructura de Costos.....	167
Estado de Resultado Proyectado.....	168
Calculo de la Rentabilidad del Proyecto con Financiamiento.....	169
Calculo de la Rentabilidad del Proyecto sin Financiamiento.....	170
Calculo de Depreciación y Amortización.....	171
Fuente y uso de fondos.....	172
Punto de Equilibrio.....	173
Balance proyecto.....	174
Tasa de corte y prima por riesgo.....	175
Mano de Obra.....	176
CAPÍTULO V: PLANIFICACIÓN CONTABLE.....	177
Contabilidad. Definición.....	178
Funciones Básicas de la Contabilidad.....	179
Principios Básicos de la Contabilidad.....	180
Equidad. Valuación al Costo.....	180
Ejercicio. Devengado. Objetividad. Realización. Prudencia.....	181
Uniformidad. Materialidad. Exposición.....	182
Activo. Concepto.....	183
Pasivo y Patrimonio Neto.....	184
Libros Contables Exigidos.....	185
Clases de Libros.....	185
Libro Diario. Libro Mayor. Libro Inventario.....	185
CAPÍTULO VI: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	186
Impacto ambiental.....	187
Impacto socioeconómico.....	187
Impacto cultural.....	188
Aspectos éticos de la sustentabilidad del proyecto.....	190
CAPÍTULO VII: PLAN DE EXPANSIÓN EMPRESARIAL.....	191
Plan de Expansión. Sucursales de Ventas.....	192
Riesgos interno de expansión.....	192
Riesgos externo de expansión.....	193
Barreras de salida.....	193
Evolución del mercado de referencia.....	194
Adopción y difusión según nuevos compradores.....	194
Ampliación de nuevas funciones.....	194
Sustitución tecnológica.....	195
CONCLUSIONES.....	196
ANEXOS.....	198
BIBLIOGRAFÍA.....	209

RESUMEN

El presente trabajo ha sido elaborado como estudio de innovación de la comercialización de nuevos productos dentro de la empresa BRO SHOPP

En base a las estrategias que se pondrá en marcha para la innovación en el mercado se tuvo muchos aspectos muy importantes para mantener una línea de trabajo a seguir lo cual nos da un posicionamiento en el mercado por ello debemos cuidar a la población a quienes nos debemos

La empresa llevará como denominación BRO SHOPP S.R.L, la misma será de naturaleza comercial. Sera una Sociedad de Responsabilidad Limitada, en la cual los socios responderán a las responsabilidades sociales con terceros hasta el monto de sus cuotas, con las particularidades que esto puedan representar

El motivo de la elección de esta denominación es básicamente porque se trata de la forma de constitución de una sociedad mejor adaptada para las micro empresas en nuestro país debido esencialmente a la facilidad de manejo que genera este tipo de sociedad que permite establecer una clara y marcada diferenciación y separación entre los bienes personales de cada socio y los bienes que representa el patrimonio empresarial. Por otra parte, esta forma de sociedad es menos costosa que otras modalidades de constitución que implica incurrir en mayores costos para el cumplimiento de formalidades exigidas por ley