

Ingeniería Comercial

TUDO MUEBLES S.R.L

Ivana Samudio Rios

Asunción – Paraguay

2020

ÍNDICE

Resumen Ejecutivo.....	9
Introducción	10
Capítulo 1	
Concepto de Negocio.	12
Visión	12
Misión.....	12
Valores.....	13
Objetivos Generales	14
Objetivos Específicos.....	15
Macro Localización.	16
Micro Localización.	17
Método de los Factores Ponderados.....	18
Capítulo 2	
Aspectos Jurídicos.	21
¿Qué es una Sociedad de Responsabilidad?	21
Proceso de apertura del Negocio.	22
Acta de constitución de la Sociedad.....	22
Escritura de constitución de Todo Muebles S.R.L	23
Leyes que afectan al Proyecto.....	26
Capítulo 3	
Aspectos Económicos.....	30
Macroeconomía.....	30
Segmentos de la macroeconomía	30
Microeconomía.....	42
Segmentos de la microeconomía	42
Elasticidad de Oferta.	43
Factores determinantes de la elasticidad de la oferta.....	43
Elasticidad de Demanda.	45
Factores determinantes de la elasticidad de la demanda	45
Capítulo 4	
Aspectos Administrativos.....	48
Estructura organizativa.....	48
Organigrama General	49
Organigrama según Henry Mintzberg	50
Las Configuraciones Estructurales según Henry Mintzberg	51
Estrategia de Recursos Humanos.	55
Manual de Organización y Funciones.....	58
Manual de Procedimientos.	65
Flujograma.....	67
Layout	70
Capítulo 5	
Investigación de Mercado	73
Investigación de Mercado de Todo Muebles SRL.....	78

Encuesta para posibles clientes de una posible Mueblería TODO MUEBLES S.R.L.....	80
Resultado de la investigación.	91
Principales Competidores.....	91
Características de las 5 fuerzas de Porter	92
1- Competencia Potencial.....	94
2- Competencia Actual, Rivalidad entre empresas	95
3- Poder de los Proveedores	96
4- Poder de Clientes	97
5- Productos Sustitutos	97
RESUMEN.....	98
Capítulo 6	
Plan de Marketing	100
La utilidad de un plan de marketing	101
Análisis FODA.....	102
Marketing Estratégico.	104
Estrategias según Igor Ansoff.....	105
Estrategias según Michael Porter.....	108
Marketing Mix	111
Marketing Mix de TODO MUEBLES S.R.L.....	114
Capítulo 7	
Aspectos Operacionales.....	117
Principales Proveedores.....	122
Capítulo 8	
Responsabilidad Social	125
I) Impacto ambiental.	126
II) Impacto socioeconómico.....	128
III) Impacto cultural	130
Aspectos Éticos de TODO MUEBLES S.R.L	132
Capítulo 9	
Plan de Expansión.....	134
Barreras de salida	135
Imagen de marca.....	138
Logo de la empresa Todo Muebles.	139
Mapa de riesgo.....	144
Capítulo 10	
Valor Actualizado Neto (VAN)	148
1- Inversiones necesarias y financiaciones.....	149
2- Cronograma de inversiones y financiaciones.....	150
3- Servicio de la deuda.....	151
4- Proyección de ventas.....	152
5- Capital de trabajo bruto y neto.	153
6- Proyección de costos y gastos.....	154
7- Costo del proyecto.....	155
8- Mano de obra y cargas sociales.....	156
9- Resultados proyectados	157

10- Rentabilidad con financiamiento.....	158
12- Depreciaciones y amortizaciones.....	160
13- Fuente y uso de fondos.	161
14- Punto de equilibrio contable y financiero.	162
Conclusión.....	163
Anexo.....	164
Bibliografía.....	168

RESUMEN

Todo Muebles S.R.L estará compuesta por una junta directiva conformada por dos socios, el gerente general, jefatura comercial que estará a cargo de los (vendedores y repartidores) y jefatura administrativa que estará al mando de contabilidad, compras, tesorería, RRHH, y servicios generales.

Según el método de factores ponderados se ha designado como localización la ciudad de Nanawa ya que es la alternativa que cuenta con mejor puntuación en proximidad a los mercados, proximidad a proveedores, costos laborales, sistema de transportes, costos de instalación, seguridad en la zona e impuestos.

Según la investigación de mercado es dificultoso adquirir muebles con frecuencia en la ciudad de Nanawa, por este motivo es importante la incorporación una empresa de muebles que brinde todas las variedades de muebles con posibilidades de financiamiento para proporcionar oportunidad y facilidad de adquirir un producto de calidad.

Todo Muebles S.R.L es una empresa con visión que refleje estar posicionada en un futuro, con objetivos claros podrá aspirar a permanecer mucho tiempo en el mercado.