

Ingeniería Comercial

KERANA S.R.L.

***Fabricación y comercialización de colchones y almohadas de
espuma.***

Alumnas:

**Sandra Noemí Bracho Rolón
Lujana Raquel López Argüello**

**Asunción – Paraguay
2016**

ÍNDICE

Introducción.	1
Resumen Ejecutivo.	2
1 Aspectos Jurídicos	5
1.1 Introducción a la idea del proyecto	5
1.2 Requerimientos Jurídicos	6
1.2.1 Nombre o razón social.	6
1.2.2 Tipo de Sociedad.	6
1.2.3 Constitución jurídica.	6
1.3 Plan Fiscal	22
1.4 Resumen de Gastos por Apertura de Kerana S.R.L.	22
2 Investigación de Mercados	23
2.1 Objetivo General de Investigación	23
2.2 Establecer los objetivos de la investigación	23
2.3 Definir los tipos de investigación a utilizarse	26
2.4 Procedimiento de recolección de datos	27
2.5 Determinación del plan y tamaño de la muestra	34
2.5.1 Definición de la población.	34
2.5.2 Identificar el marco muestral.	34
2.5.3 Tamaño de la muestra.	34
2.5.4 Seleccionar un procedimiento de muestreo.	35
2.5.5 Seleccionar la muestra.	37
2.6 Recolección de datos.	37
2.7 Codificación y tabulación.	37
2.8 Análisis de datos	42
2.9 Informe final	49
3 Plan de Marketing	51
3.1 Análisis de la Macrosegmentación	51
3.2 Análisis de la Microsegmentación	52
3.2.1 Ciclo de vida de las marcas.	53
3.3 Análisis de la demanda	54
3.3.1 Calculo de la demanda Global.	54
3.3.2 Calculo del Mercado Potencial Absoluto.	55
3.3.3 Cuota de mercado.	55
3.3.4 Demanda de la empresa como objetivo de ventas para los 5 años del proyecto.	56
3.4 Plan de Marketing	57
3.4.1 Análisis Situacional.	57
3.4.2 Análisis FODA.	67
3.4.3 Objetivos de Marketing.	73
3.4.4 Argumento de posicionamiento.	84
3.4.5 Identidad Corporativa.	85
4 Administración	90
4.1 Lineamiento estratégico (Ápice estratégico)	90

4.1.1 Declaración de la Visión.....	90
4.1.2 Declaración de la Misión.	90
4.1.3 Análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter).	90
4.1.4 Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.	93
4.2 Localización de la empresa u organización	94
4.3 Plan de Administración: (Dirección Media)	95
4.3.1 Análisis Situacional.	95
4.3.2 Análisis FODA.	97
4.3.3 Objetivos de Administración.	100
4.4 Estructura Organizacional.	106
4.4.1 Organigrama.	106
4.4.2 Manual de funciones.	113
4.4.3 Manual de procedimientos.	128
4.4.4 Fluxograma.	133
4.4.5 Recursos humanos.	139
4.5 LayOut	156
4.5.1 Listado de Activos de Kerana S.R.L.	158
4.6 Análisis de estructura de costos.	160
4.6.1 Descripción del proceso de Producción de Colchones.	160
4.6.2 Descripción del proceso de Producción de Almohadas.....	169
4.6.3 Composición de los colchones de espuma.	171
4.6.4 Costeo de los Productos Kerana.	174
4.7 Plan de cuentas.	178
4.7.1 Manual de Cuentas.	183
5 Aspecto Económico	190
5.1 Indicadores Económicos	190
5.1.1 Producto interno Bruto (PIB).	190
5.1.2 Balanza comercial (importación/exportaciones).	190
5.1.3 Fluctuación del tipo de cambio.	192
5.1.4 Comportamiento de la reserva monetaria.	193
5.1.5 Superávit o déficit Fiscal.	194
5.1.6 Inflación.	195
5.1.7 Conclusiones y previsiones del estudio en cuanto a la política económica en el mercado.	196
6 Plan Financiero	197
6.1 Cuadro de Inversiones	197
6.2 Cuadro de Cronograma de Inversiones	198
6.3 Cuadro de Depreciaciones y Amortizaciones	198
6.4 Cuadro de Servicio de la Deuda	199
6.5 Cuadro de Recursos Humanos	200
6.6 Cuadro de Cronograma de Producción	201
6.7 Cuadro de Ingresos	202
6.8 Cuadro de Egresos	203
6.9 Cuadro de Punto de Equilibrio	203
6.10 Cuadro de Cálculo de Capital de Trabajo	204

6.11 Cuadro de Estado de Resultado Proyectado con y sin Financiamiento	204
6.12 Cuadro de Flujo de Caja Proyectado con y sin Financiamiento	205
6.13 Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos con y sin Financiamiento	206
6.14 Cuadro de Balances Proyectado con y sin Financiamiento	207
6.15 Ratios Financieros	209
Conclusión.	210
Bibliografía.	211
Anexos.	212

RESUMEN

En este resumen veremos una síntesis sobre el contenido general del proyecto lo cual permitirá visualizar la secuencia lógica de desarrollo y conclusión.

Resulta importante primero destacar que el negocio se trata de una colchonería dedicada a la fabricación y comercialización a comercios mayoristas dedicados al sector de la mueblería dentro de Asunción y Gran Asunción. La fábrica estará ubicada en la Ciudad de Capiatá Km 21. Cabe destacar que en dicha ciudad no existe otra fábrica dedicada al mismo rubro, uno de los motivos por el cual optamos por esa ubicación.

Su misión es la siguiente: es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de colchones y almohadas de espuma, dirigida a los comercios mayoristas del sector de la mueblería. Ofrece productos de alta calidad orientados a mejorar el descanso, los ambientes de vida y trabajo, promoviendo el crecimiento y el desarrollo de su equipo humano y consolidando el liderazgo de la empresa.

Su visión consiste en: buscar introducirse después del quinto año en la fabricación de somniers y colchones de resortes, brindando productos y servicios innovadores que contribuyan a elevar la calidad de vida de los usuarios; caracterizados siempre por la buena calidad de los productos y la buena gestión empresarial, manteniendo la confianza de los clientes y logrando una solidez financiera.

Los objetivos de la empresa:

- Posicionar la marca a través de nuestra línea de productos, para así tener una mayor penetración en el mercado.
- Diseñar una estructura organizacional funcional.
- Medir la viabilidad económica, financiera de la empresa productora y comercializadora de colchones de espuma.
- Satisfacer las necesidades de los clientes, ofreciendo el servicio post venta.

Una vez desarrollada la idea de negocio se procedió a realizar la investigación de mercado en donde se planteó el siguiente problema: analizar el mercado potencial de comercios dentro de Asunción y Gran Asunción, para la apertura de una empresa orientada a la fabricación y venta mayorista de colchones y almohadas de espuma de la mejor calidad. Para dicho problema y a fin de demostrar las hipótesis y variables se resolvió realizar una investigación no probabilística con un diseño de investigación descriptiva. La unidad de muestreo abarca empresas dedicadas al rubro de venta minorista de muebles para el hogar y el tamaño de la muestra fue de 69 empresas comerciales, todas ubicadas dentro de Asunción y Gran Asunción. El tipo de muestreo fue por conveniencia. Luego de la obtención de datos se procedió a realizar el análisis univariado de la investigación.

Gracias a los resultados se pudo realizar la macro segmentación y la micro segmentación en base a las ventajas buscadas que son: Buena atención de los vendedores, precios acordes a los productos, variedad y flexibilidad del servicio post venta.

Para el desarrollo del plan de marketing se procedió a realizar un análisis situacional de las variables controlables (precio, producto, plaza, promoción, personas, procesos y presencia física) y de las variables no controlables (mercado, consumidor, competencia y entorno). De las variables mencionadas se extrajeron las fortalezas, oportunidades, debilidades y

amenazas del mercado lo cual nos llevó a realizar la matriz FODA y a partir de ahí establecer nuestros objetivos de plan de marketing y los planes de acción.

Con respecto a la Evaluación Financiera el VAN arrojó un resultado positivo lo que denota que es factible la realización del proyecto con un costo de oportunidad del 12 % (tasa de descuento).

La Tasa Interna de Retorno tira un resultado del 61,8% que es la tasa máxima de interés que puede soportar el proyecto.