

**Ingeniería Comercial**

**ELECTROTUDO S.R.L**

**Marcela Concepción Gavilán Gómez**

**Asunción – Paraguay**

**2020**

## ÍNDICE

<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>1</b>
<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	<b>2</b>
Datos de la empresa	7
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>7</b>
<b>CAPITULO 1 - Concepto del Negocio</b> .....	<b>8</b>
Descripción de la empresa	8
1. Visión	8
2. Misión	9
3. Valores	9
4. Objetivos	10
5. Localización	11
6. Método de los Factores Ponderados	13
7. Ventajas Competitivas	15
<b>CAPÍTULO 2 - Aspectos Jurídicos</b> .....	<b>17</b>
1. Proceso de apertura del Negocio	17
2. Escritura de construcción	19
3. Leyes que afectan al Proyecto	24
4. Plan Fiscal	25
5. Presupuesto jurídico inicial	26
<b>CAPÍTULO 3 – Aspectos Económicos</b> .....	<b>30</b>
1. Macroeconomía	30
2. Microeconomía	39
Perfectamente elástica	41
Perfectamente inelástica	41
Elasticidad unitaria	41
<b>CAPÍTULO 4 – Aspectos Administrativos</b> .....	<b>44</b>
1. Estructura organizativa	44
Organigrama General	45
Organigrama según Henry Mintzberg	45
1-El núcleo de operaciones	46
2-El ápice estratégico	46
3-La línea media	46
4-La tecno estructura	47
5-Staff de apoyo	47
Manual de funciones	54
Organigrama General - ELECTROTODOS SRL	54
Layout	66
<b>CAPÍTULO 5 – Análisis de Mercado</b> .....	<b>68</b>
1. Investigación de mercado	68
Principales técnicas para recolectar datos	72
1.- Observación	72
2.- Focusgroups (o sesiones de grupo)	73
3.- Encuestas	73

4.- Entrevistas	74
5.- Cuestionarios	76
6.- La prueba de mercado (método de experimentación)	77
<b>CAPÍTULO 6 – Plan de Marketing</b> .....	<b>94</b>
1. Análisis FODA	94
2. Marketing Estratégico	99
a) Estrategias según Michael Porter	102
3. Las tres Estrategias genéricas de Porter	102
a)Estrategia de liderazgo en costes	103
b)Estrategia de diferenciación	103
c)Estrategia del enfoque	104
4. Marketing Operativo	106
<b>CAPÍTULO 7 – Aspectos Operacionales</b> .....	<b>110</b>
Descripción del proceso de compra de ELECTROTODOS S.R.L	111
1. Proceso de compra	111
2. Principales proveedores	113
3. Proceso de venta	114
Fase 1: Atención	114
Fase 2: Interés	115
Fase 3: Deseo	115
Fase 4: Acción	115
Organigrama del sector comercial	116
<b>CAPÍTULO 8 – Responsabilidad Social</b> .....	<b>118</b>
Área de responsabilidad interna	118
Área de responsabilidad central	119
Área externa de responsabilidad	119
1. Impacto ambiental	120
Causas del impacto ambiental	120
Consecuencias del impacto ambiental	121
Clasificación de los impactos ambientales	121
<b>CAPÍTULO 9 – Plan de Expansión</b> .....	<b>126</b>
Principales barreras de salida	132
Cómo identificar las barreras de salida en un mercado	133
<b>CAPÍTULO 10 – Aspectos Financieros</b> .....	<b>139</b>
Conclusión por Aspectos	148
Conclusión General	148
<b>Referencias</b> .....	<b>149</b>
<b>Anexos</b> .....	<b>151</b>

## **RESUMEN**

La empresa estará compuesta una junta directiva conformada por dos socios, el gerente general, secretaria de gerencia, área de contabilidad, la jefatura comercial (que incluye el área ventas y reparto) y la jefatura administrativa y finanzas (que incluye áreas de talento humano, cajero, compra, depósito y servicio generales)

Será una empresa comercial dedicada a adquirir productos de grandes proveedores para comercializar a clientes potenciales, con variedad de electrodoméstico, desde la gama más alta a la más baja. Se situará en la ciudad de Emboscada Dpto. de Cordillera se optó por esta ciudad por el estudio de factores ponderados, no tiene desnivel y los puntos más relevantes con puntaje altos son seguridad en la zona, bajo impuesto, costo de instalación entre otros.

Contaremos con una sucursal muy amplia y cómoda para recibir y solucionar problemas o necesidades de adquisición del cliente.

ELECTROTODOS es un proyecto empresarial ambicioso, en el cual se realizará una inversión de Gs. 2.151.887 buscando posicionarse en el mercado local, con esta inversión y arduo trabajo se busca el posicionamiento de la empresa y en el corto tiempo procurar estar a la altura de las necesidades y exigencias del cliente.