

Administración de Empresas

Filigrana S.R.L

Arte en Plata

Arturo Marecos Bordón

Asunción – Paraguay

2019

INDICE

Capítulo I 9

1.1 Introducción a la idea del Proyecto 10

1.2 Requerimientos para apertura de una S.R.L 10

1.2.1 Nombre o Razón Social

1.2.2 Tipo de Sociedad

1.2.3 Constitución jurídica

-Escritura de constitución

-Inscripción en los Registros Públicos de Comercio

-Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones

-Matrícula del Comerciante

-Rúbrica de Libros Contables

-Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (RUC)

-Patente Comercial en la Municipalidad de Luque

-Inscripción en el Instituto de Previsión Social

-Inscripción en el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS) -

Inscripción de Propiedad Intelectual (DINAPI)

1.3. Localización 22

1.4. Métodos de Factores Preponderados 22

Capítulo II 25

Investigación de Mercados 26

2.1 Objetivo General 26

2.2 Objetivos Específicos 26

2.3 Tipos de investigación a utilizarse 28

2.4 Procedimiento de recolección de datos 31

2.4.1 Diseño de cuestionario estructurado. 31

2.5 Determinación del plan y tamaño de la muestra 37

2.6 Cuestionario 39

2.7 Análisis de datos 42

2.8 Conclusiones/Informe 53

2.9 Costo de la investigación de mercados 53

Capítulo III 54

3.1 Análisis de la Macro-segmentación 56

3.1.1 Industria 56

3.1.2 Mercado 56

3.2 Análisis de la Micro-segmentación 56

3.2.1 Ciclo de vida del producto 57

3.3 Análisis de la Demanda 60

3.3.1 Calculo de la Demanda Global 60

3.3.2. Cálculo del Mercado Potencial Absoluto 60

3.3.3 Grafico de la Demanda de “Filigrana S.R.L.” 61

3.3.4 Cuota de mercado 61

3.3.5 Cálculo de la Estimación de Venta 63

3.3.6	Cálculo de la Estimación de Ventas del Proyecto	64
3.4	Análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter)	65
3.4.1	Poder de negociación de los Compradores	66
3.4.2	Poder de negociación de los Proveedores	67
3.4.3	Amenaza de nuevos competidores entrantes	68
3.4.4	Amenaza de productos sustitutos	69
3.4.5	Rivalidad entre los competidores	70
3.5	Estrategias Genéricas según Ansoff	71
3.5.1	Estrategia de penetración de mercados	72
3.5.2	Estrategia de desarrollo de nuevos productos	72
3.5.3	Estrategia de desarrollo de nuevos mercados	73
3.5.4	Estrategia de diversificación	73

Capítulo IV 74

4.1	Plan de Marketing	75
4.2	Análisis Situacional	75
4.2.1	Variables Controlables	77
4.2.2	Variables No Controlables	82
4.2.3	Listado Plano	84
4.2.4	Matriz de Interacciones	86
4.2.5	Matriz FODA	89
4.3	Objetivos, Estrategias y Plan de Acción del Plan de Marketing	91
4.3.1	Objetivo 1 del Plan de Marketing	91
4.3.2	Objetivo 2 del Plan de Marketing	92
4.3.3	Objetivo 3 del Plan de Marketing	94
4.4	Resumen de Inversiones del Plan de Marketing	95

Capítulo V 96

5.1	Lineamiento Estratégico	97
5.1.1	Declaración de la Visión de Filigrana S.R.L	97
5.1.2	Declaración de la Misión	97
5.2	Plan de Administración	98
5.2.1	Análisis Situacional – Matriz FODA	98
5.3	Estructura Organizacional	110
5.3.1	Organigrama	110
5.3.2	Layout	115
5.3.3	Manual de Funciones	116
5.3.4	Manual de Procedimientos	125
5.3.5	Fluxograma	127
5.4	Recursos Humanos	131
5.5	Estructura de Costos	136
5.6	Plan de Cuentas	137

Capítulo VI 141

6.1	Aspecto Económico	142
-----	-------------------	-----

Capítulo VII 145

7.1	Plan Financiero de la empresa	146
-----	-------------------------------	-----

	Conclusión	168
--	------------	-----

Anexos 169

Bibliografías 179

INTRODUCCIÓN

La idea de negocio pretende dar a conocer una nueva empresa “**Filigrana SRL**” que mantiene la tradición de la orfebrería luqueña en la comercialización de la filigrana, a fin de satisfacer la amplia demanda en el mercado nacional.

El nombre de la empresa fue elegido haciendo referencia a la técnica con la que son realizadas las joyas que la empresa adquiere para su posterior venta.

El nombre tiene sus orígenes del Italiano *Filigrana* compuesto del latín *filum* ‘hilo’ y de *grano*, porque en orfebrería se decoraban los hilos de filigrana con pequeños granos. Su significado: Obra formada de hilos de Oro y Plata, unidos y soldados con mucha perfección y delicadeza (RAE).

Las joyas serán adquiridas de experimentados artesanos, quienes mantienen la milenaria tradición de la elaboración de la filigrana luqueña en plata, agregándole las nuevas tendencias globales de la moda, obteniendo joyas de calidad trabajadas artesanalmente. Se ha elegido dicha sociedad, por la no necesidad de realizar asambleas, porque no existe un capital mínimo para iniciarlo y porque los gastos de constitución de dicho tipo de sociedad son más accesibles y conllevan menos tiempo.

Productos a Ofrecer:

- Aros
- Pulseras
- Anillos
- Cadenas
- Prendedores
- Gargantillas
- Rosarios