

Ingeniería Comercial

**Custom Uniformes
NB IMAGEN CORPORATIVA S.R.L.**

Néstor Saúl Benítez Ruiz

**Asunción – Paraguay
2016**

ÍNDICE

Requerimientos Jurídicos.....	16
Nombre o razón social	17
Tipo de Sociedad	17
Empresa de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)	19
Constitución jurídica de NB Imagen Corporativa.....	21
Escritura de constitución.....	21
Depósito de la garantía bancaria en un banco oficial.....	23
Registro Público.....	24
Registro y Fiscalización de Sociedades.....	25
Publicación en diario de gran circulación.....	26
Registro Único del Contribuyente (RUC).....	27
Inscripción a través de la página web de la SET:.....	28
Registro de datos biométricos	29
Patente comercial	29
Licencia Comercial.....	31
Instituto de Previsión Social (I.P.S.).....	33
Tramite de inscripción de una persona jurídica como empleador en el seguro social (Fotocopias autenticadas).....	34
Comunicación de entrada del personal	34
Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (M.T.E.S.S.)	35
Registro de Prestadores de Servicios (R.E.P.S.E.).....	37
Rubricación de libros contables.....	38
Obligaciones fiscales – Impuestos que gravan la actividad	41
Localización de la empresa u organización	41
Pasos a seguir para la elaboración del cuadro de factores ponderados:.....	42
Referencias.....	43
INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	45
Definición conceptual.....	45
1. Establecer la necesidad de la información.....	45
2. Especificar los objetivos de la investigación y las necesidades de la investigación.....	45
3. Determinar el diseño de la investigación y las fuentes de datos.....	45
4. Desarrollar el procedimiento de recolección de datos.....	46
5. Diseñar la muestra	46
6. Recolectar los datos.....	46
7. Procesar los datos.....	46
8. Analizar los datos	46
9. Presentar los resultados de la investigación.....	46
Análisis FODA	47
Fortalezas.....	47
Oportunidades	47
Debilidades.....	47
Proceso de elaboración de estrategias mediante matriz FODA	48

Análisis FODA de la empresa NB IMAGEN CORPORATIVA S.R.L.	48
Fortalezas.....	48
Oportunidades	49
Debilidades.....	49
Amenazas.....	49
Procedimientos del estudio de mercado	50
Paso 1. Determinar el problema	50
Variables.....	50
Hipótesis.....	50
Objetivo General	50
Objetivos específicos.....	51
Paso 2. Determinar los objetivos de la investigación.....	51
Objetivo Cognitivos.....	51
Objetivos Afectivos.....	51
Objetivos Comportamentales.....	52
Objetivos sociodemográficos: datos de la empresa	52
Paso 3. Diseño de la Investigación	54
Requerimientos.....	56
Paso 4. Desarrollo del procedimiento de recolección de datos.....	57
Tipos de preguntas a ser planeadas en el cuestionario:.....	57
Desarrollo del procedimiento de recolección de datos de la empresa NB IMAGEN CORPORATIVA S.R.L	58
Paso 5. Determinación de la Muestra.....	69
El proceso de muestreo.....	69
NB imagen corporativa.....	70
Marco Muestral.....	70
Calculo estadístico del tamaño de la Muestra	71
Procedimiento de muestreo	72
Paso 9. Conclusiones/informes.....	92
PLAN DE MARKETING.....	93
Macro segmentación.....	93
Demanda global	93
La demanda global expansible	94
Técnica para hallar Demanda.....	94
El mercado potencial actual.....	94
El mercado potencial absoluto.....	95
Análisis de las oportunidades de crecimiento en el mercado existente.....	95
Mercado de referencia.....	95
Industria	96
Mercado	96
Producto/ Mercado.....	96
Visión.....	96
Misión.....	97
Análisis de la Micro Segmentación.....	97
Sociodemográfica o Descriptiva.....	97

Segmentación por Ventajas Buscadas	97
La Segmentación Comportamental.....	98
La Segmentación Sociocultural	99
Ciclo de vida del producto.....	99
Etapa de introducción	100
Etapa de crecimiento	100
Etapa de turbulencia/Madurez.....	101
Análisis de segmentos.....	101
Tamaño suficiente.....	102
Mensurabilidad	103
Análisis del Segmento	103
Respuesta Comportamental	104
Calculo de la Demanda Global	109
Mercado potencial	109
Cuota de mercado.....	110
PLAN DE MARKETING.....	112
Análisis de la demanda.....	112
Análisis FODA	112
Fortalezas.....	112
Oportunidades	113
Debilidades.....	113
Proceso de elaboración de estrategias mediante matriz FODA:	113
Fortalezas.....	114
Oportunidades	114
Debilidades.....	115
Amenazas.....	115
CUADRO 2. Matriz FODA. Listado plano.....	115
Matrices de interacción.....	116
Estrategia ofensiva FO.....	116
Estrategia defensiva FA.....	117
Estrategia adaptativa DO.	117
Estrategia de supervivencia DA.....	118
Objetivos de Marketing.....	120
Estrategias.....	120
Estrategia de Ansoff	123
Plan de acción	124
ADMINISTRACIÓN	130
Lineamiento estratégico (Ápice estratégico)	130
Política de calidad.....	130
Análisis de la estructura competitiva del sector.....	130
Fuerzas determinantes de la competencia según Michael Porter.....	130
Barreas de entrada - Amenaza de entrada de nuevos competidores	130
Rivalidad entre empresas - Competencia actual.....	132
Poder de negociación de los proveedores.....	133
Poder de negociación de los clientes.....	134

Productos sustitutos.....	135
Estrategias de Ansoff.....	136
PLAN DE ADMINISTRACIÓN.....	138
Estructura competitiva y atractivo.....	139
Estrategias FO.....	139
Estrategias FA.....	139
Estrategias DA	140
Estrategias DO.....	140
Objetivos pertinentes a niveles operativos y dirección media a corto plazo	141
Estrategias.....	141
Reglas	142
Procedimientos	143
Estructura Organizacional	143
Tipos de Estructura.....	143
Derivación de las Configuraciones.....	146
Layout.....	146
Manual de funciones.....	151
Manual de procedimiento.....	162
Costurera.....	162
Encargado de Logística y Distribución.....	162
Procedimiento de ventas	163
Fluxograma.....	164
Ventas.....	165
Costura	166
Gestión de personas.....	168
Análisis de estructura de costos.....	170
ASPECTOS ECONÓMICOS	182
Producto interno Bruto (PIB)	182
Ingreso Per Cápita- Paraguay	182
Proyección del PIB 2016-Paraguay.....	183
En niveles y crecimiento real.....	184
PIB por Grandes Sectores - Incidencia	185
Contexto mundial y regional.....	186
Crecimiento mundial.....	187
ASPECTOS FINANCIEROS	196
ANEXOS	220
LIBRO DE CODIGOS.....	220
TABLA DE RESULTADOS CODIFICADOS DE ENCUESTA.....	222
CUANTIFICACION EN UNIDADES Y MONTOS POR SEGMENTO.....	223
IMAGEN CORPORATIVA	224

RESUMEN

NB IMAGEN CORPORATIVA Empresa dedicada a la producción de uniformes empresariales de la marca CUSTOM UNIFORMES. Con alta responsabilidad social al incluir en su fuerza de trabajo talleres de costura familiar sirviendo como nexo económico entre estas y las grandes empresas que precisan de uniformes para sus colaboradores.

Productos: uniformes en general con materiales Premium y costuras reforzadas. Pudiendo elegir entre modelos clásicos prefabricados o personalizados a gusto del cliente:

- Camisas
- Remeras polo
- Remeras básicas
- Blusas
- Pantalones de vestir
- Pantalones tipo cargo
- Mamelucos
- Jeans