

Ingeniería Comercial

“ARTESSANAS S.R.L.”
Artesanía en Cuero

Alumnos:

Kamila Ayelén Ramirez Ortiz

SAN LORENZO – PARAGUAY
2023

ÍNDICE

Logo de la Empresa	3
INTRODUCCIÓN.....	9
RESUMEN EJECUTIVO	10
CAPÍTULO I.....	12
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	12
1.1 Antecedentes del proyecto	12
1.2 Concepto del negocio.....	12
1.3 El producto o servicio a ofrecer	13
1.4 Segmentación de clientes	13
1.5 Objetivos Generales	13
1.6 Objetivos Específicos.....	13
CAPÍTULO II.....	14
ESTRUCTURA JURÍDICA LEGAL.....	14
2.1 Requerimientos Jurídicos.....	14
2.1.1 Nombre o Razón Social	14
2.1.2 Tipo de Sociedad.....	14
2.1.3 Aspectos Administrativos y Legales relacionados para el proceso de apertura y Constitución Jurídica.	16
2.2 Presupuesto Jurídico Inicial	50
2.3 Obligaciones Fiscales.....	51
CAPITULO III	54
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	54
3.1 Introducción a la Investigación.....	54
3.2 Proceso de Investigación de Mercado.....	54
3.2.1 Necesidad de la Información.....	55
3.2.2 Especificar los objetivos de la investigación y las necesidades de información	55
3.2.3 Determinar el diseño de la investigación y las fuentes de datos	57
3.2.4 Procedimiento de recolección de datos	60
3.2.5 Diseño de la Muestra	68
3.2.6 Recolección de los Datos	72
3.2.7 Procesar Datos	72
3.2.8 Analizar Datos	72
3.2.9 Presentar los Resultados de la Investigación de Mercado	90
3.2.10 Valorización del Costo de la Investigación de Mercado.....	90
CAPITULO IV	91
LINEAMIENTO ESTRATÉGICO	91
4.1 Análisis de Macrosegmentación	91
4.1.1 Definición de la industria.....	92
4.1.2 Definición de Mercado.....	93
4.1.3 Producto Mercado	93
4.2 Declaración de la Misión y Visión.....	93
4.3 Análisis de la Microsegmentación	94
4.3.1 Análisis	94

4.3.2	Selección	96
4.3.3	Posicionamiento	97
4.3.4	Ciclo de Vida del Producto	98
4.4	Análisis de la Demanda	102
4.4.1	Demanda de servicios de consumo	102
4.4.2	Cálculo de la demanda global	103
4.4.3	Mercado potencial absoluto	108
4.4.4	Cuota de mercado	109
4.4.5	Demanda de la empresa como objetivo de ventas	110
4.5	Estimación de Ventas.....	111
4.5.1	Cálculo de la Estimación de Venta del Proyecto	111
4.6	Análisis de la Estructura Competitiva del Sector.....	112
4.6.1	Amenaza de Nuevos Competidores	113
4.6.2	Poder de Negociación con los Clientes.....	114
4.6.3	Poder de Negociación con los Proveedores	115
4.6.4	Rivalidad entre Competidores.....	116
4.6.5	Amenaza de Productos Sustitutos	117
4.6.6	Resumen de las Fuerzas	118
4.7	Matriz de las Estrategias de Ansoff	119
4.7.1	Estrategia de Penetración de Mercados	119
4.7.2	Desarrollo de Nuevos Productos.....	119
4.7.3	Desarrollo de Nuevos Mercados	120
4.7.4	Estrategia de Diversificación	120
CAPÍTULO V		122
PLAN DE MARKETING		122
5.1	Análisis Situacional	122
5.1.1	Variables Controlables.....	122
5.1.2	Variables No Controlables	126
5.1.3	Matriz de Interacciones.....	128
5.1.4	Matriz FODA	130
5.2	Resumen de la Inversión del Plan de Marketing.....	136
CAPÍTULO VI		137
PLAN DE ADMINISTRACIÓN		137
6.1	Estructura Organizacional.....	137
6.1.1	Organigrama	137
6.1.2	Partes Funcionales de la Organización, según el criterio de Henry Mintzberg	139
6.1.3	Tipos de Estructura según Henry Mintzberg	142
6.1.4	Manual de Funciones	142
6.1.5	Manual de Procedimientos.....	150
6.1.6	Fluxogramas.....	155
6.1.7	Descripción del Proceso de Recursos Humanos	159
6.2	Localización	161
6.3	Layout	163
6.4	Estructura de Costos	164
6.4.1	Recurso Humano.....	164

6.4.2	Activo Fijo	165
6.4.3	Otros costos administrativos y comerciales	166
6.5	Lineamiento Estratégico	166
6.5.1	Declaración de la Misión	166
6.5.2	Declaración de la Visión	167
6.5.3	Valores	167
6.6	Plan de Administración	167
6.6.1	Análisis Situacional – Matriz FODA	167
CAPÍTULO VII		182
ASPECTO ECONÓMICO		182
7.1.	Aspecto Económico	182
7.1.1.	Producto Interno Bruto	182
7.1.2.	Contexto Mundial y Regional	185
7.1.3.	Contexto doméstico por el lado de la producción	188
7.1.4.	Contexto doméstico por el lado del gasto	190
7.1.5.	Variación del Dólar Americano	191
7.1.6.	Oferta y demanda	192
7.1.7.	Inflación	193
7.1.8.	Tasas de interés	194
7.1.9.	Comercio Internacional	194
7.1.10.	Tasa de Inflación	195
7.1.11.	Variación del Salario Mínimo	196
7.2.	Contexto Político	198
7.3.	Contexto Social	200
7.3.1.	Población y distribución	202
7.3.2.	Índice de pobreza	205
7.3.3.	Indicadores de Ingresos	206
7.3.4.	Tasa de natalidad y mortalidad	207
7.3.5.	Tasa de ocupación	207
7.3.6.	Tasa de desocupación	208
CAPÍTULO VIII		210
PLAN DE PRODUCCIÓN		210
8.1.	Capacidad instalada de acuerdo a proyección de ventas	210
8.2.	Layout de la planta	212
8.3.	Técnicas de producción y costos	213
8.3.1	Disponibilidad y costos de los recursos	213
8.3.2	Determinación del cuello de botella	215
8.3.3	Método de valoración de inventario	217
8.4	Flujogramas de producción	218
CAPÍTULO IX		225
PLAN FINANCIERO		225
9.1	Cuadro de Inversiones y Financiamiento	225
9.1.1	Resumen de Inversiones en Activos Fijos	226
9.1.2	Resumen de los Gastos de Pre inversión	227
9.2	Cronograma de Inversiones y Financiaciones	228
9.3	Depreciaciones y Amortizaciones	229

9.4	Servicio de Deuda	230
9.4.1	Préstamo a largo plazo	230
9.4.2	Préstamo a corto plazo	230
9.5	Mano de Obra	231
9.6	Cronograma de Producción y Ventas	232
9.7	Ingresos por Ventas.....	233
9.8	Costos Totales	234
9.8.1.	Costos de materias primas e insumos	234
9.8.2	Otros costos a incurrir.....	235
9.9	Punto de Equilibrio	236
9.10	Capital de Trabajo	237
9.11	Estados De Resultados Proyectos Con Financiamiento.....	238
9.12	Estados De Resultados Proyectos Sin Financiamiento	239
9.13	Flujos De Caja Proyectos Con Financiamiento	240
9.14	Flujos De Caja Proyectos Sin Financiamiento.....	241
9.15	Origen Y Aplicación De Fondos Con Financiamiento	242
9.16	Origen Y Aplicación De Fondos Sin Financiamiento	243
9.17	Balances Projectados Con Financiamiento	244
9.18	Balances Projectados Sin Financiamiento	245
9.19	Indicadores Financieros	246
	CONCLUSIÓN	247
	ANEXO	248
	BIBLIOGRAFÍAS.....	273

RESUMEN EJECTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad determinar la viabilidad de la fabricación y venta de productos artesanales hechas de cuero, para hombres y mujeres en la ciudad de Asunción.

Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano o con la ayuda de herramientas manuales, incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado.

Las personas valoran de sobremanera los artículos hechos a mano por empresas artesanas y están dispuestos a pagar si el producto se adapta a su gusto y exigencia.

La elaboración de artesanías, además de ser una vía de preservación del patrimonio cultural importante, también se destacan por su contribución a las economías locales.

Como una actividad de producción, no son ajenas al avance y desarrollo de la tecnología, ni a la globalización de mercados. La globalización permite oportunidades de colaboración y de presencia en mercados extranjeros.

La empresa se denominará ARTESSANAS S.R.L.

Capítulo I – Descripción del Proyecto: se detalla la visión general de la idea de negocio. Mediante este capítulo se detalla la segmentación de clientes, los productos a ofrecer y los objetivos del proyecto.

Capítulo II – Estructura Jurídica Legal: el segundo capítulo se conforma todas las disposiciones legales que concierne a la empresa, teniendo en cuenta a qué tipo de sociedad pertenece, la cual es una Sociedad de Responsabilidad Limitada.

Capítulo III – Investigación de Mercados: la investigación de mercados es considerada de vital importancia para llevar a cabo la idea de negocio, ya que ayuda a determinar si la puesta en marcha es conveniente en la zona donde se desea establecer la empresa y si el sector al que va dirigido es correspondido. A través de esta investigación es posible conocer los competidores existentes y la necesidad del mercado.

Capítulo IV – Lineamiento Estratégico: se lleva a cabo el análisis de la estructura competitiva del sector del mercado elegido, la evaluación de las estrategias según la matriz de Ansoff para poder lograr una buena penetración de mercado.

Capítulo V – Plan de Marketing: se elaboran las estrategias de marketing más convenientes que pueden ser utilizadas por la empresa. Esto es posible, ya que a través de la investigación de mercados se recauda suficiente información acerca del comportamiento de los posibles consumidores.

Capítulo VI – Plan de Administración: se describen la estructura organizacional de la empresa, se establecen los objetivos administrativos, las cuales se basan en el análisis FODA, los manuales de funciones y procedimientos de la empresa, la presentación del layout y la localización.

Capítulo VII – Aspecto Económico: el análisis económico se lleva a cabo para conocer cómo se encuentra la economía a nivel país. Abarca los puntos más importantes, como la inflación, la tasa de desempleo, el porcentaje de aumento salarial, el tipo de cambio que existe en el país y el PIB.

Capítulo VIII – Plan de Producción: se detalla la capacidad máxima de producción, las

técnicas de producción, la disponibilidad y costos de los recursos, y, la determinación del cuello de botella.

Capítulo IX – Análisis Financiero: se desarrolla a fin de determinar la rentabilidad y viabilidad de la idea de negocio, indicar el capital necesario para llevar a cabo el proyecto y el rendimiento que tendrá el mismo.