

**Ingeniería Comercial**

**Distribuidora Royer S.R.L.**

**Juan Ramón Sanabria**

**Asunción-Paraguay**

**2016**

## INDICE

Agradecimiento.....	2
Dedicatoria.....	3
Introducción.....	8
<b>Capítulo I</b>	
1.1. Introducción a la idea del proyecto.....	10
1.2. Requerimientos Jurídicos.....	11
1.2.1. Nombre o razón social.....	11
1.2.2. Tipo de Sociedad.....	11
1.2.3. Constitución jurídica.....	11
1.3. Localización de la empresa u organización.....	21
<b>Capítulo II</b>	
<b>Investigación de Mercados</b>	
2.1.- Objetivo general de investigación.....	23
2.2.- Establecer el/los objetivos de la investigación.....	25
2.3.- Definir los tipos de investigación a utilizarse.....	27
2.4.-Procedimiento de recolección de datos.....	29
2.5.- Determinación del plan y tamaño de la muestra.....	32
2.6.-Recolección de datos.....	34
2.7.- Análisis de datos.....	35
2.8.- Conclusiones/Informe.....	42
<b>Capítulo III</b>	
<b>Plan de Marketing</b>	
3.1.- Análisis de la Macro segmentación.....	43
3.2.-Análisis de la Micro segmentación.....	47
3.3.- Análisis de la demanda.....	48
3.4. – Plan de Marketing.....	51
3.4.1.- Análisis Situacional.....	56
3.4.2.- Objetivos.....	58
3.4.3.- Estrategias.....	60
3.4.4.- Planes de Acción.....	61
<b>Capitulo IV</b>	
<b>Administración</b>	
4.1.- Lineamiento estratégico.....	64
4.1.1- Declaración de la Visión.....	64
4.1.2.- Declaración de la Misión.....	64
4.1.3.- Análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter).....	65
4.1.4.- Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.....	70
4.2.- Plan de administración.....	72
4.2.1.- Análisis Situacional – Matriz FODA.....	72
4.2.2.- Objetivos.....	72

4.2.3.- Estrategias.....	72
4.2.4.- Planes de acción.....	73
4.3.- Estructura Organizacional.....	74
4.3.1.- Organigrama.....	74
4.3.1. Estructura según Mizbertg.....	75
4.3.2.- Layout.....	76
4.3.3.- Manual de funciones.....	77
4.3.4.- Manual de procedimiento.....	91
4.3.5.- Fluxogramas.....	93
4.3.6.- Recursos humanos.....	96
4.4.- Análisis de estructura de costos.....	96
4.5.- Plan de cuentas.....	101

## **Capítulo V**

### **Aspecto Económico**

5.1.- Aspecto Económico.....	107
Producto interno Bruto (PIB).....	107
Inflación.....	109

## **Capítulo VI.**

### **Plan Financiero de la empresa**

Cuadro de inversiones.....	116
Cuadro de cronograma de Inversiones.....	118
Cuadro de Depreciación.....	118
Cuadro de Servicio de la Deuda.....	119
Cuadro de RRHH.....	120
Cuadro de Ingresos.....	121
Cuadro de Egresos.....	122
Cuadro de punto de equilibrio.....	122
Cuadro de cálculo de Capital de Trabajo.....	123
Cuadro de Estado de Resultado Proyectado con y sin financiamiento.....	124
Cuadro de Flujo de Caja Proyectado con y sin financiamiento.....	126
Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectado con y sin financiamiento.....	128
Cuadro de Balances Proyectado con y sin financiamiento.....	130
Ratios Financieros.....	132

<b>Conclusión.....</b>	<b>133</b>
------------------------	------------

<b>Anexo.....</b>	<b>134</b>
-------------------	------------

<b>Bibliografía.....</b>	<b>149</b>
--------------------------	------------

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo corresponde a un proyecto de constituir una Empresa de comercialización de electrodomésticos de refrigeración, y el principal compromiso asumido es la de brindar un producto de calidad a los clientes.

Mediante este trabajo se busca la oportunidad de crecimiento no solo de la organización que se está creando, sino también de la comunidad de Asunción, atendiendo la falta de oportunidades laborales con la que cuenta esta comunidad para su desarrollo social y económico.

La fuente de empleo e inversión que espera realizar la empresa en la comunidad será un factor preponderante para concretar la visión a futuro a la que se espera llegar como empresa, brindando un servicio acorde a los estándares de calidad en servicio que hoy en día es exigida por el mercado que a la vez se ha desarrollado con una tendencia muy competitiva en los últimos tiempos.

El crecimiento poblacional, el aumento en cuanto a la economía y la proliferación de comercios, crea un ambiente donde se puede pensar en la implantación de una empresa de comercialización de electrodomésticos.

El desarrollo y éxito del emprendimiento se debe cada una de las personas que acompañarán las actividades, siendo el factor humano el mejor recurso y la carta de presentación. Se cree también que el solo hecho de reconocerlo posiciona un paso adelante de los potenciales competidores en el rubro.

Se insiste sin miedo de caer en la redundancia que siempre el último fin de un análisis de esta naturaleza y tamaño, será identificar la real viabilidad y factibilidad de un emprendimiento como este, con mano de obra paraguaya de primer nivel.

Confiar en el potencial como país y afianzar las relaciones humanas dentro del país, no puede ser sostenible sin puestos de trabajos que generen bienestar para los conciudadanos y las utilidades o ganancias que estos generen se pierdan en remesas al exterior sin reinversión local.

Por eso; todos los aspectos que involucran a esta iniciativa han sido analizados con herramientas puestas a disposición por un plantel de excelentes profesionales, con quienes se ha convenido la realización de este trabajo.

El trabajo se compone de tres partes elementales la preliminar, el desarrollo y la conclusión.