

Ingeniería Comercial

CENTRAL PRINT S.R.L.
Imprenta Digital

Guillermo Miguel Rojas Santacruz

Asunción – Paraguay
2018

ÍNDICE

Introducción 1

Resumen Ejecutivo 2 - 3

CAPITULO 1 4

Descripción de la Empresa 5

Visión 6

Misión 7

Valores 8 - 9

Objetivo General y Específicos 10

Localización 11 - 13

Métodos de los Factores Ponderados 14 - 16

Ventajas Competitivas 17

CAPITULO 2 18

Constitución Jurídica de la Empresa 18

Proceso de Apertura del Negocio 20 - 38

Acta de Constitución de la Sociedad 39 - 44

Leyes que afectan al Proyecto 45

Plan Fiscal 46

Presupuesto Jurídico Inicial 47 - 50

CAPITULO 3 51

Macroeconomía 52 - 60

Microeconomía 61 - 68

CAPITULO 4 69

Estructura Organizativa 70

Organigrama según Henry Mintzberg 71

Configuraciones estructurales según Henry Mintzberg 72 - 73

Estrategias de Recursos Humanos 74 - 81

Reglamentos de la Empresa 82 - 84

Manual de Organización y Funciones 85 - 95

Manual de Procedimientos 96 - 97

Fluxograma 98 - 100

Layout 101 - 102

Definiciones Básicas de Contabilidad 103 – 111

CAPITULO 5 112

Investigación de Mercado 113 - 131

Principales Competidores 132 - 133

Análisis Competitiva del sector (Michael Porter) 134 – 141

CAPITULO 6 142

Análisis FODA 143 - 145

Marketing Estratégico 146 - 151

Marketing Operativo 152 - 160

CAPITULO 7 161

Plan Operacional de la Empresa 162

Organigrama del Sector Productivo 163 - 164

Proceso de Producción 165

Principales Proveedores 166 - 171

CAPITULO 8 172

Responsabilidad Social Empresarial 173 - 174

Impacto Ambiental 175 - 176

Impacto Socioeconómico 177

Impacto Cultural 178

Aspectos Éticos del Proyecto 179 - 181

CAPITULO 9 182

Riesgos Internos de Expansión 183 - 184

Riesgos Externos de Expansión 185 - 186

Barreras de Salida 187 - 188

Imagen de Marca 189

Imagen de Marca 190 - 193

CAPITULO 10 194

Cuadros Financieros 195 - 206

Conclusión 207

Bibliografía 208 - 210

RESUMEN

Central Print es un plan de negocio que se basa en el deseo de erigir una empresa dedicada a la imprenta digital, debido a que existe la posibilidad de aprovechar un mercado que no está bien cubierto y que resulta bastante atractivo.

La organización brindará servicio de diseños e impresiones de primera calidad dirigido a un mercado en específico, apunta a aquellas personas que desean realizar impresiones en pequeño y mediano formato, es decir desde hojas de tamaño A5 hasta A3+. La empresa estará ubicada en el Shopping Mall Excelsior del barrio Catedral del centro de Asunción, siendo este un punto estratégico para el éxito del negocio.

En el capítulo uno se podrá observar los aspectos que definen a la empresa, como la visión, la misión y los valores que se desean aplicar, cuales son los objetivos perseguidos, la importancia de la ubicación seleccionada, así como las ventajas competitivas.

En el segundo capítulo del proyecto se muestra todo lo concerniente a los aspectos jurídicos, es decir, el marco legal con que debe cumplir la empresa para su apertura, figura el acta por el cual se constituye la sociedad y demás leyes.

Los aspectos económicos son desarrollados en el capítulo tres, aquí se describe la macro y microeconomía y todos los aspectos que puedan influir directa e indirectamente en la empresa, y de cómo el plan de negocio puede influenciar en la economía del país.

El cuarto capítulo está compuesto por los aspectos administrativos, en este apartado se menciona la forma en la que está organizada la empresa, se observa varios aspectos sobre el recurso humano y de cómo utilizar los manuales de función, también aparece el layout, que es una especie de plano para tener una idea del aspecto físico que se desea dar a la empresa.

El capítulo número cinco abarca el tema del análisis de mercado, el cual nos ayudará a diagnosticar el estado del mercado al que se quiere ingresar y según los resultados se determinará si se abre o no la puerta de la posibilidad de seguir con los estudios del proyecto.

Las cuestiones del plan de marketing son desarrolladas en el capítulo seis, en el cual, aparte del análisis FODA, son tratados los temas del marketing estratégico y del marketing operativo.

En el séptimo capítulo se muestra los aspectos operacionales, donde se tienen en cuenta asuntos que van desde la adquisición de los insumos, pasando por el proceso de producción del servicio hasta su ofrecimiento en el mercado.

La responsabilidad social es muy importante para un proyecto de negocio debido a que proporciona una imagen positiva para con la sociedad y satisfacción para la empresa por ayudar a la comunidad, por ende, el capítulo ocho abarca este tema.

El capítulo nueve comprende el plan de expansión, el cual se trata sobre una idea de crecimiento que puede tener la empresa con vista al futuro.

El décimo capítulo contiene los aspectos financieros, en éste apartado se desarrolla los denominados cuadros financieros para determinar si el proyecto de inversión resulta viable o no.