

Ingeniería Comercial

**Proyecto Empresarial
Carlitos Comercial SRL**

Jessica Alexandra Gabriaguez Ramírez

**Asunción – Paraguay
2017**

ÍNDICE

Introducción.....	4
CAPITULO 1 – ANTECEDENTES DEL PROYECTO.....	9
Descubrimiento de la idea de negocio	10
Característica del producto	10
Naturaleza de la idea de negocio	11
Alcance de la idea de negocio	12
Mercado Global	12
Mercado Potencial	12
Ventaja Competitiva	12
Diseño de investigación, proporción y trabajo de campo.....	13
Encuesta	16
Análisis Económico	21
Macroeconomía	21
Tasa de desempleo.....	21
Subempleo	22
Menor poder adquisitivo.....	24
Pequeñas Empresas.....	24
Educación	24
Producto interno bruto	25
Variación del dólar americano.....	27
Impactos.....	28
Tasa de inflación.....	29
Variación del salario mínimo.....	31
Elasticidad de oferta y demanda	32
Las 5 fuerzas o Diamante de Porter.....	37
Análisis de demanda.....	42
Volumen de consumo	42
Canales de comunicación	43
Determinación de vías de acceso.....	43
CAPITULO 2 - PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL.....	44
Descripción de la empresa	45
Visión	46
Misión.....	46
Valores.....	46
Objetivo Generales	48
Objetivo Específicos.....	48
Estructura Organizacional General.....	49
Análisis Situacional de la empresa Foda	50
Localización	50
Macro Localización	51
Micro localización	53
Estructura de Mintzberg	54

Política de seguridad.....	55
Manual de organizaciones y funciones.....	55
Manual de procedimientos.....	67
Flujograma.....	67
Layout	68
Plan fiscal.....	97
Presupuesto jurídico inicial.....	99
Acta de constitución de la empresa	100
Plan Operacional.....	104
Servicio y actividad	110
Infraestructura y equipos	110
Principales proveedores.....	106
CAPITULO 3 – PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.....	112
Marketing Estratégico.....	113
Micro segmentación.....	113
Tipos de micro segmentación	113
Estrategias de PORTER.....	114
Estrategias de ANSOFF.....	115
Marketing Operativo.....	116
Las 7 p's del Marketing	116
CAPITULO 4 – PLANIFICACIÓN FINANCIERA.....	120
Cuadro 1: Inversión y Financiamiento	121
Cuadro 2: Cronograma de Inversión y Financiamiento	121
Cuadro 3: Servicio de deuda.....	122
Cuadro 4: Proyección de ventas.....	122
Cuadro 5: Proyección de ventas.....	123
Cuadro 6: Costos del proyecto.....	124
Cuadro 6.1: Estructura de costos fijos y variables.....	123
Cuadro 7: Estado de Resultados proyectado	124
Cuadro 8: Cálculo de la rentabilidad del proyecto	125
Cuadro 8.1: Cálculo de la rentabilidad del proyecto	125
Cuadro 9: Cálculo de la rentabilidad del proyecto	126
Cuadro 10: Fuentes y usos de fondos	126
Cuadro 11: Cálculo del punto de equilibrio.....	127
Cuadro 12: Balances Proyectados	127
Cuadro 13: Mano de Obra	128
CAPITULO 5– PLANIFICACIÓN CONTABLE.....	129
CAPITULO VI – RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	136
Responsabilidad Social Empresarial.....	137
Impacto Ambiental	137
Impacto Social	137
Impacto Cultural	137
Aspectos Éticos de la sustentabilidad del proyecto	138
CAPITULO 7 – PLAN DE EXPANSIÓN.....	139
Riesgos Internos de Expansión.....	140

Riesgos Externos de Expansión.....	141
Barreras de salida.....	142
Evolución del mercado de referencia	142
Proceso de Adopción	143
Conclusiones Generales.....	145
Bibliografía.....	146

RESUMEN

Un plan de negocios (también conocido como proyecto de negocio o plan de empresa) es un documento en donde se describe y explica un negocio que se va a realizar, así como diferentes aspectos relacionados con éste, tales como sus objetivos, las estrategias que se van a utilizar para alcanzar dichos objetivos, el proceso productivo, la inversión requerida y la rentabilidad esperada.

Carlitos Comercial SRL, cuenta con un plan de negocios hábil, detallando toda su estructura sin mucha complejidad. Tratándose de un negocio comercial, en donde ofrecemos al público productos de primera calidad con precios accesibles. Este proyecto empieza describiendo a la empresa, con una investigación de mercados y un análisis de cada factor macroeconómico, que podría afectar directa o indirectamente a la empresa.

La competencia, además de ser reñida, nos supimos destacar en nuestro rubro, ya que el crecimiento del mercado subió, y las ventas en temporadas altas en nuestros sectores potenciales como Librería, Bazar y Cotillón, aumentan cada año, debido a las innovaciones ofrecidas por los fabricantes.

La Empresa cuenta con un plan de marketing, bien estructurado, donde se utiliza los medios de comunicación como principal estrategia, además de las pancartas, trípticos y otros.

Otro importante punto a tener en cuenta es la estructura operativa, en la misma se va detallando quienes serán los proveedores y cuáles son los servicios que la empresa brinda a cada cliente para que se sientan realmente satisfechos, con la empresa y el producto, a través de personales altamente capacitados.