

Ingeniería Comercial

“EXTIN-TORRES”

Sociedad de Responsabilidad Limitada

Cynthia Natalie Torres Ruiz Díaz

Asunción- Paraguay

2020

INDICE

CAPÍTULO 1 - JURÍDICO	25
1.1 Introducción a la idea del proyecto.	25
1.2 Requerimientos Jurídicos de acuerdo al tipo de Sociedad a constituirse.	26
1.2.1 Nombre o razón social.....	26
1.2.2 Tipo de sociedad	26
1.2.3 Constitución jurídica.....	29
1.2.4 Pasos para realizar la apertura de una Sociedad de Responsabilidad Limitada.	32
1.3 Otros Gastos de Constitución.....	44
1.3.1 Instituto de Previsión Social (I.P.S.).....	44
1.3.2 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social	45
1.3.3 Municipalidad de Asunción	47
1.3.4 Ministerio de Industria y Comercio (MIC).....	50
1.3.5 Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI).....	51
1.4 Realizar la apertura de la empresa a través del Sistema Unificado de Apertura y Cierre De Empresas.(SUACE)	53
Aplicación y justificación de leyes y regulaciones	55
Otros Gastos de constitución	56
Resumen general de gastos de constitución.....	57
CAPITULO II - INVESTIGACIÓN DE MERCADO	58
Paso uno Identificar el problema.....	58
Objetivo general de investigación.	58
Objetivos y Requerimientos.....	59
Objetivo cognitivo	59
Objetivo afectivo	59
Objetivo comportamental	59
Variables que describan a las empresas	60
Diseño de la investigación	61
Investigación Exploratoria:.....	61
Investigación Concluyente:.....	62
Procedimiento y recolección de datos.....	63
Diseño del cuestionario estructurado	63
Paso cinco La muestra	69
Definir la población	69
Definir el marco muestral.....	70
Definir el tamaño de la muestra:	84
Seleccionar un procedimiento de muestreo.	85
Paso seis Procedimiento de recolección de datos	88
Paso siete codificación y tabulación libro de códigos.....	89
Tabulación	89
Codificación.....	89
Análisis de datos	99

Informe de resultados de las encuestas.....	122
<i>Las conclusiones más resaltantes de esta investigación de mercados son las siguientes:.....</i>	122
Valorizar el costo de la investigación de mercados	123
CAPITULO III- LINEAMIENTO ESTRATÉGICO.....	124
Análisis de la Macro segmentación.....	124
<i>Aspectos importantes de la macro segmentación de mercado</i>	124
<i>Criterios necesarios para la macro segmentación de mercados.....</i>	124
Análisis de la micro segmentación.....	125
<i>Potenciales clientes.</i>	126
<i>Ciclo de vida de un producto.....</i>	126
<i>Etapas del ciclo de vida de un producto</i>	126
Análisis de la demanda	129
<i>Calculo de la demanda Global</i>	129
<i>Calculo del mercado potencial Absoluto:</i>	131
<i>Cuota de mercado:.....</i>	132
<i>Objetivos de ventas de EXTIN-TORRESS.R.L.....</i>	133
Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter.....	157
<i>Rivalidad entre competidores existentes:.....</i>	158
<i>Amenaza de entrada de nuevos competidores.</i>	159
<i>Amenaza de productos o servicios sustitutivos:.....</i>	160
<i>Poder de negociación de los clientes:.....</i>	160
<i>Poder de negociación de los proveedores:.....</i>	162
<i>Resumen de las cinco fuerzas competitivas de Porter.</i>	164
<i>Informe Estratégico del análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter.</i>	165
Estrategias según Igor Ansoff.....	166
<i>Penetración de mercado:.....</i>	166
<i>Desarrollo de nuevos mercados.....</i>	166
<i>Desarrollo de productos.....</i>	167
<i>Diversificación</i>	168
<i>Estrategia Ansoff a implementarse.</i>	168
Argumento de posicionamiento	169
CAPITULO IV - PLAN DE MARKETING.....	170
Análisis Situacional.....	170
<i>Análisis FODA</i>	170
<i>La matriz FODA.....</i>	171
<i>Variables Controlables.....</i>	172
<i>Variables no controlables.....</i>	185
<i>Análisis Foda</i>	188
Objetivos del plan de marketing	198
Identidad corporativa.....	216
<i>Ventajas de una identidad corporativa bien construida</i>	216
<i>Diferencias con imagen corporativa.....</i>	216
<i>Logotipo.....</i>	217
<i>Slogan.....</i>	218

<i>Papelería</i>	218
<i>Sobre y Manilla Membretada</i>	219
<i>Remeras.</i>	220
<i>Tarjetas</i>	221
<i>Facturas</i>	221
CAPÍTULO V – PLAN DE ADMINISTRACIÓN	223
Procesos de Formalización de ExtinTorres S.R.L	223
<i>Instituto Nacional de Tecnología, Normalización y Metrología (INTN)</i>	223
Lineamiento Estratégico	225
<i>Misión</i>	225
<i>Visión</i>	225
Plan de administración (Dirección media)	226
<i>Análisis situacional - Matriz Foda</i>	226
<i>Listado plano Plan de Administración</i>	230
<i>Matriz de interacción</i>	232
<i>Matriz Foda</i>	233
Objetivos del Plan de Administración.....	234
Objetivos N° 1.....	235
Estrategia	235
<i>Recursos Humanos:</i>	235
<i>Recursos materiales:</i>	235
<i>Recursos Financieros:</i>	236
Plan de Acción:	236
Objetivo N°2	238
Estrategia	238
<i>Recursos Humanos:</i>	238
<i>Recursos Materiales:</i>	238
<i>Recursos Financieros:</i>	238
Plan de acción	239
Objetivo N° 3	241
Estrategia	241
<i>Recursos Humanos:</i>	241
<i>Recursos Materiales:</i>	241
<i>Políticas</i>	241
Plan de acción	242
Objetivo N° 4	243
Estrategia	243
<i>Recursos humanos:</i>	243
<i>Recursos materiales:</i>	243
<i>Recursos Financieros:</i>	243
Plan de acción	244
Estructura Organizacional.....	246
<i>Organigrama según Henry Mintzberg</i>	246
<i>Configuraciones ideales de una estructura organizativa básica según Mintzberg</i>	246

<i>Organigrama de Extin-torres S.R.L.</i>	247
<i>Localización de la empresa u organización</i>	253
<i>Layout</i>	256
<i>Manual de Funciones</i>	259
<i>Manual de procedimiento</i>	284
<i>Fluxograma</i>	293
<i>Procedimiento de compras de insumos.</i>	295
<i>Recursos humanos</i>	299
<i>Personal necesario para la empresa EXTIN-TORRES S.R.L.</i>	311
Análisis de estructura de costos (debe contemplar los Items/costos de a su cuadro 8 financiero).....	312
Plan de cuentas.....	313
<i>Manual de cuentas</i>	317
CAPÍTULO VI - ASPECTO ECONÓMICO	368
Indicadores Económicos.....	368
<i>Producto interno Bruto (PIB).</i>	368
<i>Balanza comercial (importación/exportaciones)</i>	370
<i>Fluctuación del tipo de cambio</i>	371
<i>Comportamiento de la reserva monetaria</i>	371
CAPÍTULO VII- PLAN FINANCIERO DE LA EMPRESA EXTINTORRES S.R.L.	373
Aspecto Financiero.....	374

RESUMEN

Este proyecto tiene como punto de partida la creación de una empresa enfocada al servicio de Recarga y mantenimiento de extintores el nombre de la empresa será “ExtinTorres S.R. L. Cuyas instalaciones se ubicarán en la ciudad de Asunción

El siguiente trabajo investigado consta de 7 capítulos en los cuales se desarrollan los contenidos a ser utilizados y se desglosan de la siguiente manera.

El Capítulo I Se refiere al aspecto Jurídico en donde se detallan los requerimientos jurídicos de acuerdo al tipo de sociedad a constituirse, los documentos y tiempos necesarios para la apertura.

En el Capítulo II Es la investigación de mercado en el cual se establecen los objetivos de investigación que orientaran a la toma de decisiones. Se detallan el tipo de investigación a realizarse, procesamiento de datos, la determinación del plan y tamaño de la muestra, la codificación y tabulación, el análisis de datos, al finalizar se realiza un informe con las respectivas conclusiones de los hechos más resaltantes y por último se establece el costo de la investigación.

En el Capítulo III Se desarrolla el lineamiento estratégico, en el que se define el mercado de referencia, análisis de la micro segmentación, análisis de la demanda, se proyecta el plan de ventas, análisis de las cinco fuerzas de Porter, evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff, y se identifica los atributos de diferenciación. El plan de Marketing permite cumplir los objetivos propuestos por los emprendedores, el plan cuenta con dos elementos, Marketing Estratégico y Marketing Táctico.

En el Capítulo IV se hace un análisis situacional utilizando el análisis FODA como fuente de objetivos para ello también se hace uso de las siete p del marketing, definiendo cada variable de manera detallada. Se plantean objetivos cada uno con su respectiva estrategia, política, regla, recursos financieros, materiales, humanos y plan de acción.

En el Capítulo V Se desarrolla el plan de administración, para ello se establece los objetivos a través del análisis situacional, además cada objetivo contiene las respectivas estrategias y planes de acción, así como sus respectivos costos. También se expone la estructura organizacional y los recursos necesarios, así como los activos fijos, el análisis de la estructura de costos y el plan de cuentas.

El Capítulo VI Incluye el aspecto económico del entorno, se detallan indicadores económicos del país donde se hará apertura de la empresa, Producto Interno Bruto (PIB), balanza comercial (importación/exportaciones), fluctuación del tipo de cambio, Comportamiento de la reserva monetaria, Superávit o déficit Fiscal e Inflación. El Plan Financiero es el eje de todo plan de negocios, debe dar al lector una visión muy completa acerca del potencial de la compañía, su rentabilidad, sus requerimientos de inversión y los riesgos financieros involucrados.

Seguidamente en el último Capítulo VII Desarrolla los puntos financieros claves tales como; Proyección de ingresos, Proyección de Costos y Gastos, Inversiones necesarias y Financiación, Estado de Resultados, Flujo de Caja proyectado, Período de recupero de la Inversión, Rentabilidad del Negocio, Capital de trabajo requerido (bruto y neto), Punto de equilibrio (contable y financiero), Detalle tasa de corte o costo de oportunidad, Fuentes y usos de fondos.