

**Administración de Empresas**

**REPUESTOS LUISITO S.R.L.**

**Luis Antonio Sánchez Galván**

**Asunción – Paraguay**

**2017**

## INDICE

Agradecimiento. ....	2
Introducción. ....	3
Resumen ejecutivo. ....	4
CAPITULO 1 - Concepto del Negocio. ....	8
1.1. Descripción de la empresa. ....	9
1.2. Visión. ....	9
1.3. Misión. ....	10
1.4. Valores. ....	10
1.5. Objetivos ....	12
1.5.1. Objetivos Generales. ....	12
1.5.2. Objetivos Específicos ....	12
1.6. Localización. ....	12
1.6.1. Micro localización: ....	12
1.6.2. Macro localización. ....	13
1.7. Método de los Factores Ponderados. ....	14
1.8. Ventaja competitiva.....	16
CAPITULO 2 - Aspectos Jurídicos ....	17
2.1. Acta de constitución de la Sociedad. ....	18
2.2. Inscripción en los Registros Públicos. ....	24
2.2.1. Requisitos para la inscripción de la empresa (SRL). ....	24
2.2.2. Matricula del Comerciante. ....	24
2.2.3. Inscripción en el Ministerio de Hacienda. ....	25
2.2.4. Inscripción en el Ministerio de Industria y Comercio ....	25
2.3. Inscripción en el Instituto de Previsión Social. ....	28
2.4. Requisitos para la inscripción en SUAE. ....	29
2.5. Plan Fiscal. ....	30
2.6. Libros impositivos y legales. ....	31
2.7. Confección de documentos ....	31
CAPITULO 3 Aspectos económicos.	
3.1. Variables macroeconómicas. ....	33
3.1.1. PIB (Producto Interno Bruto). ....	33
3.1.2. Inflación. ....	34
3.1.3. Desempleo. ....	35
3.1.4. Tipo de cambio. ....	36
3.2. Variables microeconómicas. ....	40
3.2.1. Elasticidad de Oferta. ....	40
3.2.2. Elasticidad de la Demanda. ....	41
Capítulo 4 ....	43
4.1. Estructura organizativa. ....	43
4.1.1. Organigrama según Henry Mintzberg. ....	45

4.1.2. Las Configuraciones Estructurales según Henry Mintzberg .....	46
4.2. Estrategias de recursos humanos. ....	48
LAY OUT .....	65
Capitulo 5 .....	69
Estudio de mercado. ....	69
5.1. Objetivo de la investigación. ....	70
5.1.1. Objetivo general. ....	70
5.1.2. Objetivos específicos. ....	70
5.1.3. Objetivos y requerimientos. ....	70
5.2. Tipo de investigación. ....	71
5.3. Muestra. ....	72
5.4. Recolección de datos.....	74
5.5. Análisis de datos. ....	80
Capitulo 6 .....	100
Plan de Marketing. ....	100
6.1. Análisis FODA. ....	101
6.1.1. Matriz FODA. ....	104
6.2. Marketing estratégico. ....	106
6.2.1. Estrategias según Igor Ansoff .....	106
6.3. Marketing Operativo. ....	108
1. Producto: .....	108
2- Precio: .....	112
3- Plaza: .....	116
4- Promoción: .....	117
5- Personas: .....	117
6- Proceso: .....	117
7- Presencia (evidencia) física:.....	117
CAPITULO 7 - Aspectos operacionales.....	118
Proveedores .....	119
Clientes. ....	119
Competencia. ....	121
Detalle de sección compras. ....	123
CAPITULO 8 - Responsabilidad social.....	124
8.1. Impacto ambiental. ....	126
8.2. Impacto socioeconómico. ....	127
8.3. Impacto cultural.....	128
CAPITULO 9 - Plan de Expansión .....	130
9.1. Riesgos internos de expansión. ....	131
9.2. Riesgos externos de expansión. ....	132
9.3. Barreras de salida. ....	133
9.4. Mapa de riesgo. ....	134

CAPITULO 10 – Aspectos financieros. ....	139
Conclusión.....	151
Bibliografía.....	152
Glosario.....	153
Anexos.....	154

## **RESUMEN**

El capítulo uno consiste en la descripción de la empresa como se llama, a que se va a dedicar, la misión y visión de la empresa, los valores, como así también de los objetivos generales y específicos, la localización, microlocalización y la macrolocalización, los métodos de los factores ponderados y de la ventaja competitiva.

El capítulo dos consiste en los aspectos jurídicos de la empresa: requisitos para abrir el local, las leyes que interviene en nuestro negocio, la escritura pública, operaciones realizadas según la SAE, Ministerio de Hacienda, entre otros.

El capítulo tres consiste en las variables microeconómicas y macroeconómicas entre las macroeconómicas citamos: el PIB (producto Interno Bruto), el tipo de cambio, el desempleo, la inflación, entre otras, y en las variables microeconómicas la elasticidad de la oferta y de la demanda.

El capítulo cuatro consiste en la estructura organizativa de la empresa según Henry Mintzberg: organigrama, manual de funciones y procedimientos, fluxograma, lay out, entre otros.

El capítulo cinco consiste en el estudio del mercado: objetivos y requerimientos de la investigación, la muestra, las encuestas, los gráficos y el informe final.

El capítulo seis consiste en el análisis FODA (Fortaleza-Oportunidad-Debilidad Amenazas) e la cual presentamos la matriz FODA, la estrategia según Igor Ansoff, las estrategias según Michael Potter.

El capítulo siete consiste en los aspectos operacionales: una breve descripción de nuestro departamento de logística: control de stock, entre otros.

El Capítulo ocho consiste en la responsabilidad social: el compromiso como empresa con la ciudadanía.

El capítulo nueve consiste en el plan de expansión: se refiere a los riesgos internos y externos de expansión y de las barreras de salida.