

Ciencias Contables y Administrativas

S&S Emprendimientos Inmobiliarios S.A.
Atrapasueños Constructora “Tu sueño en manos de expertos”

Liliana Fraguada de Ojeda

Asunción – Paraguay
2017

INDICE

Introducción.....	6
Capítulo I.....	8
1.1.- Introducción a la idea del proyecto.....	8
1.1.2.- Presentación del Proyecto.....	8
1.2. Requerimientos Jurídicos	8
1.2.1.- Nombre o Razón Social	8
1.2.1.1.- Marca.....	8
1.2.2. Tipo de Sociedad.....	8
1.2.2.1.- Características.....	9
1.2.2.2.-Acciones.....	10
1.2.3.2.- Trámites para Inscripción en los Registros Públicos de personas jurídicas y de comercios:.....	21
1.2.3.3.- Matricula del comerciante:.....	21
1.2.3.4.- Rubrica de libros contables.....	22
1.2.3.5.- Inscripción en el RUC:	23
1.2.3.6.- Apertura en la Municipalidad de San Lorenzo	24
1.2.3.7.- Trámites para inscripción en IPS.....	25
1.2.3.8.-Trámites con el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.....	26
1.2.3.9.-Dirección Nacional de Propiedad Intelectual DINAPI.	27
1.3.- Localización de la empresa u organización	30
Capítulo II.....	34
Investigación de mercado	34
2.1.- Objetivo General.....	34
2.1.1.- Objetivo Específico.	34
2.2.- Objetivos y Requerimientos.....	34
2.2.1.- Objetivos Cognitivos	35
2.2.2.- Objetivos Afectivos.....	35
2.2.3.- Objetivos Comportamentales	35
2.2.4.- Objetivo Sociodemográfico.....	36
2.3.- Tipo de Investigación	36
2.4.- Procedimiento de recolección de datos.....	37
2.4.1.- Diseño de Investigación: Descriptiva No probabilística.	37
2.4.2.- Diseño de recolección de datos.....	38
2.5.- Determinación del plan y tamaño de la muestra.	46
Paso 1: Definir de Población: En este paso se define la población a ser analizada.	46
Paso 2: Identificar el marco muestral.	46
Paso3. Determinar el tamaño de la Muestra.....	47
Paso 4. Seleccionar el Procedimiento de muestreo:	48
2.6.- Recolección de datos.	52
2.7.- Análisis de datos.....	55
2.8.- Conclusión.....	70
2.9.- Costo de la investigación.	71

Capítulo III.....	72
Plan de Marketing.....	72
3.1. - Conceptualizar el mercado de referencia.....	72
3.2.- Análisis de la macro y micro segmentación.	72
3.2.1- Macro segmentación.	72
3.2.2.- Micro segmentación.....	73
3.2.3.- Fases del ciclo de vida	74
3.2.4.- Análisis de la segmentación.....	75
3.2.4.- Mensurabilidad.	76
3.3.-Análisis de la Demanda.....	79
3.3.1.- La Demanda Global.....	79
3.3.1.- Calculo de la Demanda Global	80
3.3.2.- Mercado Potencial Absoluto.....	80
3.3.3.- Cuota de Mercado.....	81
3.3.4.- Presupuesto de Mercado.....	82
3.3.5.- Cuadro de presupuesto de ventas mensual del primer año.....	82
3.4.- Análisis situacional.....	83
3.4.1.- Definiciones.....	83
3.4.2.- Componentes de un análisis FODA.....	84
3.4.3.- Variables Controlables.	85
3.4.2.- Objetivos.....	91
3.4.3.- Estrategias.	91
3.4.4.- Planes de Acción.....	91
3.5.- Cuadro de Inversión del Plan de Marketing.....	96
Capítulo IV.....	97
Administración.....	97
4.1 Lineamiento Estratégico.	97
4.1.1 – Visión.....	97
4.1.2 – Misión	97
4.1.3 Barreras de entrada.	98
Análisis de las cinco fuerzas competitivas.	98
4.1.3 Barreras de entrada.	98
4.1.4 Estrategia de la matriz de Ansoff.	103
Matriz Ansoff.....	103
Estrategia de penetración de mercados.	104
Estrategia de desarrollo de nuevos mercados.....	104
Estrategia de desarrollo de nuevos productos.....	104
Estrategia de diversificación.	104
4.2 - Plan de Administración.....	105
Análisis situacional.	105
Variables controlables.....	105
Variables no controlables.....	106
Entorno Económico:.....	106
Listado Plano.....	108
Interacción de la matriz FODA.	109

4.2.2. -Objetivos.....	111
4.2.3 Estrategias.....	111
4.2.4 Plan de acciones.	111
4.2.4.- Planes de Accion.....	114
Objetivo 1.....	114
Objetivos 2.....	114
Objetivo 3.....	115
Objetivos 4.....	115
Resumen.....	116
4.3.- Las estructuras de las organizaciones.....	117
Tipos de Estructura	117
4.3.1.- Organigrama.....	119
Parte fundamental de la organización.....	119
4.3.2.- Layout	121
Descripcion.....	122
Cuadro de inversiones.....	123
4.3.3.- Manual de funciones.....	124
4.3.4.- Manual de procedimientos.....	131
4.3.5.- Flujogramas.	134
4.3.5.1.- Flujograma Gerente General (Elaboración de presupuesto).....	134
4.3.5.2.- Flujograma Aux. Administrativo - Gerentes (Compra de materiales e insumos).....	135
4.3.5.3.- Flujograma Gerente Administrativo – Aux. Administrativo (Pago Salario)	136
4.3.6.- Recursos Humanos	137
4.4.- Análisis de estructura de costos.	138
Cuadro 8	138
4.5.- Plan de cuentas.....	139
CAPITULO V.....	143
5.1.- Aspecto Económico.	143
5.1.1.- Producto Interno Bruto (PIB).....	143
5.1.2.- Balanza Comercial. Importaciones/Exportaciones	144
5.1.3.- Fluctuación del tipo de cambio.....	145
5.1.4.- Reserva Monetaria.....	145
5.1.5.- Superávit o déficit Fiscal?.....	146
5.1.6.- Inflación.....	147
Conclusión.....	148
CAPITULO VI.....	149
Plan Financiero de la empresa.....	149
1- Cuadro de inversiones.....	149
2- Cuadro de Cronograma de Inversiones.....	151
3- Cuadro de Depreciaciones.....	151
4- Cuadro de Servicio de Deuda.....	152
5- Cuadro de RRHH.....	152
7- Cuadro de Ingresos.	153
8- Cuadro de Egresos.....	154

9- Cuadro de punto de equilibrio.....	155
10-Cuadro de Cálculo de Capital de Trabajo.....	156
11- Cuadro de Estado de Resultado Proyectado con Financiamiento.	156
12- Cuadro de Estado de Resultado Proyectado sin Financiamiento.....	157
13- Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectados con Financiamiento.....	158
14- Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectados sin Financiamiento.	159
15- Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectado con Financiamiento.....	160
16- Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectado sin Financiamiento.....	162
17- Cuadro de Balances Proyectado con Financiamiento.....	163
18- Cuadro de Balances Proyectado sin Financiamiento.	164
19- Cuadro de Indicadores Financieros.....	165
Conclusión Cuadros Financieros.	166
Conclusión de ATRAPASUEÑOS S.A.....	167
Bibliografía.....	168
Anexos.	170

INTRODUCCIÓN

Este proyecto se basa en la investigación de la creación de una empresa Constructora dedicada al rubro de Servicios de la Construcción de la primera vivienda propia, es primordial destacar que se pretende ofrecer un servicio en tiempo y forma suficientemente eficientes.

En el primer capítulo se detalla todos los pasos a seguir para la apertura de una empresa, con sus respectivos entes, tiempo que dura los tramites y también el costo en el que se incurre.

En el segundo capítulo se realiza un estudio de mercado que analiza la factibilidad del proyecto, para identificar y cuantificar el mercado meta. Mediante un análisis interno y externo del negocio se determina los factores que tienen incidencia en la factibilidad.

En el tercer capítulo el plan de marketing donde se establecen objetivos y estrategias para alcanzar la meta de ventas establecidos en el capítulo II.

En el cuarto capítulo administrativo donde identificamos los requerimientos más importantes de la organización administrativamente hablando, recursos humanos, capacitaciones, horarios, salarios, el organigrama, las estrategias y todo el proceso que conlleva la elaboración de presupuesto, comprar de materiales, pago a proveedores entre otros.

Quinto capítulo los aspectos económicos que son de mucha importancia a la hora de emprender el proyecto, PIB que sabemos es el valor monetario de todo lo que nuestro país produce, las exportaciones, las importaciones donde sobresale las exportaciones según el BCP, las fluctuaciones que es valor de nuestra moneda local antes las monedas de las regiones vecinas, y otros temas muy importantes del sector económico productivo.

En el sexto y último capítulo del proyecto de investigación, desarrollamos los cuadros financieros desde la inversión inicial, depreciaciones de los activos, mano de obra, cuadro de ventas, cuadro de costos, cuadro de punto de equilibrio, cuadro de flujo de caja con y sin financiamiento, nos muestra en números la rentabilidad y viabilidad del proyecto.