

**Ciencias Contables y Administrativas**

*JV Hogareña S.R.L.*

**Juan Ángel Vega Ibarrola**

**Asunción - Paraguay**

**2017**

# ÍNDICE

Agradecimiento.....	3
Dedicatoria.....	4
Índice .....	5
Introducción.....	15
Justificación de la idea del Proyecto.....	16
CAPITULO I: JURÍDICO.....	17
1.1 Introducción a la idea del Proyecto.....	18
1.1.1 Descripción de la Empresa. ....	18
1.2 Requerimientos Jurídicos. ....	19
1.2.1 Nombre o Razón Social.....	19
1.2.1.1 Nombre de la Empresa.....	19
1.2.1.2 Justificación del Nombre.....	19
1.2.2 Tipo de Sociedad.....	19
1.2.2.1 Razón de la elección del tipo de sociedad. ....	19
1.2.2.2 Características Generales de la S.R.L. ....	20
1.2.2.3 Ventajas de Desventajas de la S.R.L en comparación con una S.A y una E.I.R.L. .....	21
1.2.3 Requisitos para la Apertura de la Sociedad de Responsabilidad Limitada. ....	23
1.2.3.1 Registro de Marca. ....	23
1.2.3.1.1 Procedimientos y requisitos. ....	25
1.2.3.1.2 Gastos estimados.....	27
1.2.3.1.3 Duración estimada.....	27
1.2.3.2 Redacción del Estatuto Social, la Escritura de Constitución y el Aporte de Capital. .....	27
1.2.3.2.1 Procedimientos y Requisitos.....	27
1.2.3.2.3 Duración estimada.....	31
1.2.3.3 Inscripción en los Registros Públicos e Inscripción en la Matrícula del Comerciante.....	31
1.2.3.3.1 Procedimientos y Requisitos.....	31
1.2.3.3.2 Gastos Estimados.....	32
1.2.3.2.2 Duración estimada.....	33
1.2.3.3 Inscripción en el Registro Único del Contribuyente (RUC). ....	33
1.2.3.3.1 Procedimientos y Requisitos.....	33
1.2.3.3.2 Gastos Estimados.....	35
1.2.3.3.3 Duración estimada.....	35
1.2.3.4 Rubricación de Libros Contables o Formularios Continuos / Hojas.....	35
1.2.3.4.1 Procedimientos y Requisitos.....	35
1.2.3.4.2 Gastos estimados.....	36
1.2.3.4.3 Duración estimada.....	37
1.2.3.5 Apertura en la Municipalidad de Asunción. ....	37
1.2.3.5.1 Procedimientos y requisitos. ....	37
1.2.3.5.2 Gastos Estimados.....	40

1.2.3.5.3 Duración estimada.....	40
1.2.3.6 Inscripción en el Instituto de Previsión Social. ....	40
1.2.3.6.1 Procedimientos y Requisitos.....	41
1.2.3.6.2 Gastos estimados.....	41
1.2.3.6.3 Duración estimada.....	42
1.2.3.7 Inscripción en el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social. ....	42
1.2.3.7.1 Procedimientos y requisitos. ....	43
1.2.3.7.2 Gastos estimados.....	45
1.2.3.7.3 Duración estimada.....	47
1.3 Localización de la empresa. ....	48
<b>CAPITULO II: INVESTIGACION DE MERCADOS.....</b>	<b>50</b>
2.1 Objetivo General de la Investigación.....	51
2.2 Objetivos y Requerimientos.....	51
2.2.1 Objetivos Cognitivos.....	51
2.2.2 Objetivos afectivos. ....	51
2.2.3 Objetivos comportamentales.....	52
2.2.4 Objetivos Sociodemográficos. ....	53
2.2.5 Objetivos de la demanda. ....	54
2.3 Diseños de la Investigación y Fuente de Datos.....	55
2.3.1 Fuente de Datos:.....	55
2.3.2 Investigación Concluyente.....	55
2.4 Recolección de Datos. ....	56
2.5 Definición de la Muestra. ....	65
2.5.1 Definición de la población. ....	65
2.5.2 Marco Muestral.....	66
2.6 Procesamiento y Análisis de Datos.....	68
2.6.1 Informe de los Resultados. ....	91
<b>CAPITULO III: LINEAMIENTO ESTRATEGICO.....</b>	<b>92</b>
3.1 Análisis de la Macrosegmentación. ....	93
3.1.1. Mercado de referencia.....	93
3.1.2 Estructura del mercado de referencia para JV Hogareña S.R.L. ....	95
Tabla 3-1: Mercado de referencia.....	95
3.1.3 Visión.....	96
3.1.4 Misión.....	96
3.2 Análisis de la Demanda. ....	96
3.3 Análisis de la estructura competitiva del sector según Michel Porter.....	102
<b>CAPITULO IV: PLAN DE MARKETING.....</b>	<b>111</b>
4.1 Plan de Marketing. ....	112
4.1.1 Variables controlables. ....	112
4.1.1.1 Producto.....	112
4.1.1.2 Precio.....	114
4.1.1.3 Distribución. ....	115
4.1.1.4 Promoción.....	116
4.1.1.5 Personas.....	117

4.1.1.6 Evidencia física.....	118
4.1.1.7 Procesos.....	119
4.1.2 Variables no controlables. ....	119
4.1.2.1 Competencia. ....	120
4.1.2.2 Clientes.....	121
4.1.2.3 Entorno. ....	121
4.1.3. Listado Plano.....	122
4.1.5. ANALISIS FODA ....	129
4.2 Objetivos del Plan de Marketing.....	131
4.2.1 Objetivo 1.....	131
4.3.1 Estrategia.....	131
4.4.1 Plan de acción.....	132
4.2.2 Objetivo 2.....	137
4.3.2 Estrategia.....	137
4.4.2 Plan de acción.....	138
4.2.3 Objetivo 3.....	139
4.3.3 Estrategia.....	139
4.4.3 Plan de acción.....	140
4.2.4 Objetivo 4.....	140
4.3.4 Estrategia.....	140
4.4.4 Plan de acción.....	141
4.3 Identidad Corporativa. ....	144
4.3.1 Logo de la empresa JV Hogareña S.R.L.....	144
4.3.2 Ejemplos de Aplicación del Logo.....	144
4.3.2.1 Papelería. ....	144
4.3.2.2 Uniformes.....	145
CAPITULO V.....	146
ADMINISTRACIÓN ....	146
5.1 Plan de administración (Dirección Media).....	147
5.1.1 Análisis Situacional - Matriz FODA ....	147
5.1.1.1 Variables controlables.....	147
5.1.1.1.1 Producto.....	147
5.1.1.1.2 Tecnología.....	148
5.1.1.1.3 Finanzas y cobranzas.....	149
5.1.1.2 Variables no controlables. ....	149
5.1.1.2.1 Bancos. ....	149
5.1.1.2.3 Económicos. ....	150
5.1.1.2.4 Legales.....	151
5.1.1.2 Listado de Plano.....	152
5.1.1.3 Matriz de Interacción ....	156
5.1.1.4. ANALISIS FODA ....	159
5.1.2.1 Objetivo 1.....	160
5.1.3.1 Estrategia.....	160
5.1.4.1 Plan de acción.....	162

5.1.2.2	Objetivo 2.....	162
5.1.3.2	Estrategia.....	162
5.1.4.2	Plan de Acción.....	164
5.1.2.3	Objetivo 3.....	166
5.1.3.3	Estrategia.....	167
5.1.4.3	Plan de acción.....	167
5.1.2.4	Objetivo 4.....	168
5.1.3.4	Estrategia.....	168
5.1.4.4	Plan de Acción.....	170
5.2	Estructura Organizacional. ....	171
5.2.1	Organigrama según Mintzberg.....	171
5.2.2	Layout.....	177
5.2.3	Manual de Funciones. ....	179
5.2.3.1	Identificación del puesto.....	180
5.2.3.2	Identificación del puesto.....	181
5.2.3.3	Identificación del puesto.....	182
5.2.3.4	Identificación del puesto: .....	183
5.2.3.5	Identificación del puesto.....	183
5.2.3.6	Identificación del puesto: .....	184
5.2.3.7	Identificación del puesto: .....	185
5.2.3.8	Identificación del puesto: .....	186
5.2.3.9	Identificación del puesto: .....	187
5.2.3.10	Identificación del puesto: .....	188
5.2.3.11	Identificación del puesto: .....	189
5.2.4	Manual de Procedimientos.....	190
5.2.5	Diagrama de Flujo o Flujograma. ....	196
5.3	Análisis de la estructura de costos.....	204
5.4	Plan de cuentas.....	207
CAPITULO VI .....		217
ASPECTO ECONOMICO.....		217
6.1.	Producto Interno Bruto (PIB) .....	218
6.2	Balanza comercial (Importación/exportación) .....	221
6.3	Fluctuación del tipo de cambio.....	223
6.4	Comportamiento de la reserva monetaria.....	224
6.5	Superávit o déficit fiscal.....	226
6.6	Inflación.....	228
6.7	Economía nacional 2016.....	230
CAPITULO VII.....		232
7.1	Cuadro de inversiones.....	233
7.2	Cuadro de cronograma de inversiones.....	236
7.3	Cuadro de depreciaciones.....	237
7.4	Cuadro de servicio de Deuda.....	238
7.5	Cuadro de RRHH.....	240
7.6	Cuadro de cronograma de producciones.....	241

7.7 Cuadro de ingresos.....	242
7.8 Cuadro de egresos.....	243
7.9 Cuadro de punto de equilibrio .....	244
7.10 Cuadro de cálculo de capital de trabajo.....	245
7.11 Cuadro de Estado de Resultado Proyectado con y sin financiamiento .....	246
7.12 Cuadro de Flujo de Caja Proyectado con y sin financiamiento.....	248
7.13 Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectado con y sin financiamiento...250	
7.14 Cuadro de Balances Proyectado con y sin financiamiento .....	252
7.15 Ratios Financieros .....	254
Conclusión.....	255
Anexos .....	256
Anexo 1 - Encuesta JV Hogareña.....	257
Anexo 2 - Codificación .....	260
Anexo 3 – Escritura Publica .....	262

## INTRODUCCIÓN

JV Hogareña S.R.L es una empresa dedicada a la compra venta de muebles exclusivos para departamentos y/o duplex.

La finalidad principal de una empresa es ser rentable, ofrecer productos y servicios sobre la base principal de las necesidades del mercado y la innovación constante. Sin embargo, la fidelidad de los clientes a la marca se relaciona directamente con la capacidad de detectar a tiempo las insatisfacciones y expectativas para evitar inversión de recursos, tiempo y esfuerzo en lo que no resultara.

La sustentabilidad de una empresa en el tiempo, hoy en día no solo depende de la excelencia en los productos ofrecidos, sino que también radica en la consideración de la fuerza laboral como verdaderos socios estratégicos de la empresa. Asimismo, la sustentabilidad hace referencia a la conciencia de vivir en una sociedad, y en un medioambiente que debe ser cuidado, la empresa que incorpora como parte de su gestión la Responsabilidad Social obtiene resultados en lo económico, en lo social y en lo ambiental.

La responsabilidad social empresarial y los esfuerzos de los profesionales de marketing, son dos aspectos claves que construyen la identidad corporativa y reflejan una imagen ideal para mejorar la reputación de una empresa, es por eso que JV Hogareña se dedica también a "comunicar "eficazmente las particularidades de los productos según los atributos más importantes para los clientes.