

Administración de Empresas

CONVIRTUAL S.R.L.

Consultoría Virtual

Consultoría en Liderazgo y Estrategias

Damián Melgarejo Orzuza

Asunción – Paraguay

2018

INDICE

PORTADA	1
AGRADECIMIENTOS	2
DEDICATORIA	3
INDICE	4
INTRODUCCIÓN	8
RESUMEN EJECUTIVO	9
CAPITULO 1	10
Concepto del Negocio	10
1.1 Descripción de la empresa	11
1.1.1 Misión:	12
1.1.2 Visión:	12
1.1.3 Valores:	12
1.2 Objetivos de la empresa.	14
1.2.1 Objetivo General:	14
1.2.2 Objetivo Específico:	14
1.3 Localización.	15
1.3.2 Micro localización:	15
1.3.3 Macro localización:	16
1.4 Método de los factores ponderados.	17
1.5 Ventaja competitiva.	18
CAPITULO 2	20
Aspectos Jurídicos	20
2.1 Proceso de apertura del Negocio.	21
2.2 Rúbrica de libros contables.	23
2.3 Acta de constitución de la Sociedad.	25
2.4 Leyes que afectan al Proyectos	32
2.5 Plan Fiscal.	32
2.6 Presupuesto jurídico inicial.	33
CAPITULO 3	35
Aspectos Económicos	35
3.1 Macroeconomía.	36
3.2 Tasa de desempleo.	36
3.3 Producto Interno Bruto (PIB).	37
3.4 Variación del dólar.	40
3.5 Tasa de Inflación.	41
3.6 Variación del salario mínimo.	42
3.7 Microeconomía.	43
3.8 Elasticidad de Oferta.	43
3.9 Elasticidad de la Demanda.	44
CAPITULO 4	45
Aspectos Administrativos	45
4.1 Estructura organizativa.	46
4.1.1 Organigrama General	46

4.1.2. Organigrama según Henry Mintzberg	47
4.2 Las Configuraciones Estructurales según Henry Mintzberg	49
4.3 Estrategias de recursos humanos.	50
4.4 Manual de Organización y Funciones.	58
4.5 Manual de Procedimientos.	61
4.6 Fluxograma.	63
4.7 Lay out.	66
4.8 Definiciones básicas de contabilidad:	73
CAPITULO 5	75
Análisis de Mercado	75
5.1 Investigación de Mercado.	76
5.1.1. Identificar y definir el problema u oportunidad.	76
5.1.2. Objetivos de la investigación de mercado.	76
5.1.3. Diseño de la investigación.	78
5.1.3.1 Investigación Exploratoria.	78
5.1.3.2 Investigación Descriptiva.	78
5.1.4. Método de recolección, procesamiento y análisis de datos.	79
5.1.5. Diseñar la Muestra	82
5.1.6. Recolectar los datos.	85
5.1.7. Procesar los datos.	88
5.1.8. Analizar los datos.	91
5.1.9. Resultado de la investigación.	105
5.2 Principales Competidores.	106
5.3 Análisis de la estructura competitiva del sector (Michael Porter)	107
CAPITULO 6	111
Plan de Marketing	111
6.1 Análisis FODA.	112
6.2 Análisis situacional de la empresa (FODA).	113
6.3 Matriz FODA:	114
6.4 Marketing Estratégico.	117
6.5 Estrategias según Igor Ansoff.	117
6.6 Estrategias según Michael Porter.	119
6.7 Marketing Operativo.	121
6.7.1 Producto/ Servicio.	121
6.7.2 Precio.	121
6.7.3 Plaza	121
6.7.4 Promoción	122
6.7.5 Personas	122
6.7.6 Proceso	123
6.7.7 Presencia (evidencia) física	123
CAPITULO 7	124
Aspectos Operacionales	124
7.1 Aspectos Operacionales.	125
7.2 Organigrama del sector productivo.	125
7.3 Principales proveedores	127

CAPITULO 8	128
Responsabilidad Social	128
8.1 Internos	129
8.2 Externos	129
8.3 Impacto Ambiental.	130
8.4 Impacto socioeconómico.	133
8.5 Impacto cultural	134
8.6 Aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto.	134
CAPITULO 9	135
Plan de Expansión	135
9.1 Plan de Expansión	136
9.2 Riesgos internos de expansión.	136
9.3 Riesgos externos de expansión.	137
9.4 Barreras de salida.	138
CAPITULO 10	139
Aspectos Financieros	139
CONCLUSIÓN	155
ANEXOS Y APÉNDICES.	156
BIBLIOGRAFÍA	175

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, micro localización y la macro localización, los métodos de los factores ponderados y de la ventaja competitiva.

El **capítulo dos** consiste en los aspectos jurídicos de la empresa como los requisitos para el proceso de apertura, las leyes que interviene en nuestro negocio, el acta de constitución de la sociedad, el plan fiscal, operaciones realizadas según la SUAE, 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, la tasa de desempleo, la tasa inflación, variación del salario mínimo, y en las variables microeconómicas la elasticidad de la oferta y de la demanda.

El **capítulo cuatro** consiste en los aspectos administrativos de la empresa según Henry Mintzberg también el organigrama general, estrategias de recursos humanos, manual de funciones y procedimientos, fluxograma, lay out, entre otros.

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

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

El **capítulo siete** consiste en los aspectos operacionales una breve descripción de nuestro sector productivo de la empresa, principales proveedores de insumos, entre otros.

El **capítulo ocho** consiste en la responsabilidad social interna y externa, como el compromiso con la ciudadanía y la comunidad, también el impacto ambiental y como lo vamos solucionar, el impacto socioeconómico, el impacto cultural y los aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto.

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.

El **capítulo diez** consiste en los cuadros de inversión y financiamiento de la empresa y así también demostrar si el proyecto es viable para su implementación.