

Administración de Empresas

“VG Inventarios S.R.L.”

Alumnos:

**Armando Daniel Vázquez Cappello
Gonzalo Santiago García Grazzini**

Asunción - Paraguay

2020

ÍNDICE

| | |
|--|-----|
| INTRODUCCIÓN..... | 16 |
| CAPÍTULO I. ASPECTOS JURÍDICOS..... | 18 |
| 1.1 Requerimientos Jurídicos | 18 |
| 1.1.1 Nombre o Razón Social..... | 18 |
| 1.1.2 Tipo de Sociedades..... | 19 |
| 1.1.2.1 Sociedad Anónima..... | 19 |
| 1.1.2.2 Sociedad de Responsabilidad Limitada..... | 20 |
| 1.1.2.3 Sociedad Colectiva | 21 |
| 1.1.2.4 Sociedad en Comandita Simple..... | 21 |
| 1.1.2.5 Sociedad en Comandita por Acciones..... | 22 |
| 1.1.2.6 Sociedad de Capital e Industria | 22 |
| 1.1.2.7 Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) | 22 |
| 1.1.2.8 Sociedad Simple | 23 |
| 1.1.2 Ventajas de una S.R.L | 24 |
| 1.1.3 Constitución Jurídica de VG Inventarios S.R.L. | 25 |
| 1.1.3.1 Escritura de Constitución | 25 |
| 1.1.3.1.1 Partes de la Escritura de Constitución..... | 26 |
| 1.1.3.1.2 Aspectos generales | 27 |
| 1.1.3.1.3 Inscripción en el Registro Público de Comercio | 30 |
| 1.1.3.1.4 Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones..... | 31 |
| 1.1.4 Matricula de Comerciante | 34 |
| 1.1.5. Compra y Rubrica de Libros Contables | 35 |
| 1.1.6. Inscripción en el Ministerio de Hacienda (R.U.C)..... | 37 |
| 1.1.7 Municipalidad de Asunción – Patente Comercial | 39 |
| 1.1.8 Licencia Comercial..... | 42 |
| 1.1.9 Instituto de Previsión Social (IPS) | 44 |
| 1.1.4.10 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social..... | 45 |
| 1.1.11 Dirección de Propiedad Intelectual (Registro de Marcas)..... | 47 |
| 1.1.12 Abogacía del Tesoro..... | 49 |
| 1.1.12.1 Ley N° 6446. Que crea el registro administrativo de personas y estructuras jurídicas y el registro administrativo de beneficios finales del Paraguay | 53 |
| CAPITULO II. INVESTIGACIÓN DE MERCADO | 57 |
| 2.1 Definición de Investigación de Mercado..... | 57 |
| 2.2. El proceso de investigación de mercados..... | 58 |
| 2.2.1 Necesidad de la Información | 58 |
| 2.2.2. Objetivos de la Investigación de Mercados..... | 58 |
| 2.3 Análisis de la entrevista a profundidad | 68 |
| 2.4. Conclusiones de la entrevista a profundidad..... | 70 |
| CAPÍTULO III. LINEAMIENTO ESTRATÉGICO | 121 |
| 3.1 Análisis de Macrosegmentación..... | 121 |

| | |
|---|-----|
| 3.1.1 Análisis de segmentación de mercado..... | 121 |
| 3.1.2. Pasos del proceso de segmentación estratégica..... | 121 |
| 3.1.3 A quién satisfacer | 122 |
| 3.1.4. Criterios comunes..... | 123 |
| 3.1.5. Necesidades a cubrir..... | 123 |
| 3.1.6. Con que se cubrirán las necesidades | 124 |
| 3.2 Definición de la industria | 124 |
| 3.3 Definición de Mercado..... | 124 |
| 3.4 Producto Mercado | 125 |
| 3.5 Declaración de la Misión y Visión | 125 |
| 3.6 Análisis de la Microsegmentación..... | 126 |
| 3.6.1. Análisis de la implementación..... | 126 |
| 3.7 Segmentación geográfica..... | 127 |
| 3.8 Segmentación por beneficios buscados..... | 127 |
| 3.9 Definición del segmento Objetivo..... | 127 |
| 3.10 Características de los clientes potenciales..... | 127 |
| 3.11 Segmentación de mercado..... | 128 |
| 3.12 Ciclo de Vida del Producto..... | 128 |
| 3.13 La competencia..... | 130 |
| 3.14 Descripción de sus servicios y/o productos..... | 133 |
| 3.15 Análisis de la Demanda | 134 |
| 3.15.1 Demanda de servicios de consumo..... | 134 |
| 3.15.2 Cálculo de la demanda global..... | 135 |
| 3.15.3 Mercado potencial absoluto..... | 136 |
| 3.16 Cuota de mercado..... | 136 |
| 3.17 Demanda de la empresa como objetivo de ventas..... | 137 |
| 3.18 Estimación de Ventas..... | 139 |
| 3.19 Cálculo de la Estimación de Venta del Proyecto– 1º Año | 139 |
| 3.20. Análisis de la Estructura Competitiva del Sector..... | 140 |
| 3.21 Análisis del Modelo de las 5 Fuerzas de Porter | 141 |
| 3.22 Amenaza de Nuevos Competidores..... | 143 |
| 3.23 Poder de Negociación con los Clientes..... | 144 |
| 3.24 Poder de Negociación con los Proveedores..... | 145 |
| 3.25 Rivalidad entre Competidores..... | 146 |
| 3.26 Amenaza de Productos Sustitutos | 147 |
| 3.27 Resumen de las Fuerzas..... | 148 |
| 3.28 Conclusión del atractivo de la industria | 149 |
| 3.29 Matriz de las Estrategias de Ansoff..... | 150 |
| 3.30 Estrategia de Penetración de Mercados..... | 151 |
| 3.31 Desarrollo de Nuevos Productos..... | 151 |
| 3.32 Desarrollo de Nuevos Mercados | 152 |

| | |
|--|------------|
| 3.33 Estrategia de Diversificación..... | 152 |
| CAPÍTULO IV. PLAN DE MARKETING | 153 |
| 4.1 Plan de Marketing..... | 153 |
| 4.2. Análisis Situacional..... | 153 |
| 4.2.1 Variables controlables - Análisis Interno | 153 |
| 4.3. Matriz FODA: | 171 |
| CAPÍTULO V. ADMINISTRACIÓN..... | 188 |
| 5.1. Introducción..... | 188 |
| 5.2. Lineamiento Estratégico..... | 189 |
| 5.2.1 Declaración de la Misión..... | 189 |
| 5.2.2 Declaración de la Visión | 189 |
| 5.2.3 Valores..... | 189 |
| 5.3 Plan de Administración | 190 |
| 5.3.1 Análisis Situacional – Matriz FODA | 190 |
| 5.3.2 Variables Controlables | 190 |
| 5.3.3 Variables No Controlables | 191 |
| 5.4 Listado Plano..... | 193 |
| 5.5 Matriz de Interacción..... | 194 |
| 5.6 Matriz FODA..... | 196 |
| 5.7 Objetivos de Administración..... | 197 |
| 5.7 Estructura Organizacional | 200 |
| 5.7.1 Organigrama | 200 |
| 5.7.1.1 El Ápice Estratégico..... | 201 |
| 5.7.1.2. El Núcleo Operativo..... | 201 |
| 5.7.1.3 La Línea Intermedia | 202 |
| 5.7.1.4 El Staff de Apoyo | 202 |
| 5.8 Tipos de Estructura según Henry Mintzberg..... | 202 |
| 5.9 Manual de Organización y Funciones (MOF)..... | 203 |
| 5.9.1 Manual de Funciones..... | 203 |
| 5.9.2 Manual de Procedimientos..... | 217 |
| 5.10 Fluxogramas..... | 219 |
| 5.11 Plan Fiscal | 231 |
| 5.12 Descripción del Proceso de Recursos Humanos | 231 |
| 5.13 Reclutamiento..... | 232 |
| 5.14 Selección..... | 232 |
| 5.14.1 Formulario del Solicitante | 232 |
| 5.14.2 CV (Curriculum Vitae)..... | 233 |
| 5.14.3 Entrevista Laboral | 233 |
| 5.14.4 Corroborar los antecedentes laborales..... | 233 |
| 5.14.5 Contratación | 233 |
| 5.14.6 Inducción | 233 |

| | |
|--|------------|
| 5.14.7 Capacitación | 234 |
| 5.14.8 Evaluación al Desempeño | 234 |
| 5.14.9 Remuneración..... | 234 |
| 5.14.10 Beneficios..... | 235 |
| 5.15 Layout..... | 235 |
| 5.16 Estructura de Costos..... | 240 |
| 5.17 Plan de Cuentas | 242 |
| CAPITULO VI. ANÁLISIS ECONÓMICO..... | 251 |
| 6.1. Introducción al análisis económico | 251 |
| 6.2. Entorno económico..... | 251 |
| 6.3 PIB..... | 257 |
| 6.5 Inflación..... | 258 |
| 6.6. Crecimiento país y evolución del tipo de cambio | 258 |
| 6.7 Panorama actual..... | 260 |
| 6.8. Índice de Pobreza | 261 |
| 6.9 Índice de analfabetismo..... | 262 |
| 6.10 Índice de inseguridad..... | 262 |
| 6.12 Salario Mínimo..... | 263 |
| 6.13 Conclusiones generales del capítulo..... | 263 |
| CAPITULO VII. PLAN FINANCIERO DE LA EMPRESA..... | 265 |
| ANEXOS..... | 294 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 308 |

INTRODUCCIÓN

El proyecto es denominado como “VG Inventarios S.R.L.” Es una propuesta de una empresa de inventarios con el fin de controlar la rotación de stock de los productos almacenado o para controlar el activo fijo que posea una organización, realizando un análisis de rotación en los productos para la venta o un análisis de depreciación/revalúo en el caso de los activos fijo que la empresa disponga.

La empresa operará bajo el régimen de Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.), se adoptará la denominación “VG Inventarios S.R.L.” Por qué el servicio estará basado en la realización de inventarios y formas de almacenamientos junto con el análisis de rotación.