

Ingeniería Comercial

“Centro de Idiomas”
“TODOS HABLAN S.R.L.”

Alumna:
Micaela Magali Santacruz Rodas

SAN LORENZO – PARAGUAY
2022

ÍNDICE

Indice de Cuadros	10
Indice de Graficos.....	14
Indice de Tablas.....	15
Indice de Ilustración	16
Introducción.....	17
Justificación.....	17
CAPITULO I - DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO Y ESTRUCTURA LEGAL.....	20
1.1. Introducción a la idea del proyecto	21
1.2. Concepto del negocio.....	21
1.3. El Producto o servicio a ofrecer	21
1.4. Descripción del cliente potencial	21
1.5. Objetivos Generales	22
1.6. Objetivos Específicos.....	22
1.7. Requerientos Juridicos	22
1.7.1. Nombre o razón social:	27
1.7.2. Tipo de Sociedad:	27
1.7.3. Aspectos Administrativos	27
1.8. Gastos De Constitución.....	51
1.9. Obligaciones fiscales, municipales y laborales.....	51
CAPÍTULO II - INVESTIGACIÓN DE MERCADO	54
2.1- Investigación de Mercado.	55
2.2. Etapas del Proceso de Investigación.	56
2.2.1 Necesidad de Información	56
2.2.2 Especificar los objetivos de la investigación y las necesidades de información.....	56
2.2.3 Determinar el diseño de la investigación y las fuentes de datos.....	60
2.2.4. Procedimiento de elaboración del instrumento de recolección.....	62
2.2.5 Diseño de la muestra.....	76
2.2.6. Recolección de Datos.....	78
2.2.7. Análisis de los Datos.....	83
2.2.8. Conclusión / Informe	106
CAPÍTULO III – LINEAMIENTO ESTRATEGÍCO.....	108
3. Lineamiento Estrategico	109
3.1. Análisis de la macrosegmentación	109
3.2 Declaración de la Misión y Visión.....	112
3.3 Análisis de la Micro segmentación.	112
3.4 Análisis de la demanda	116
3.5 Estimación de Ventas.....	122
3.6 Análisis de la estructura competitiva del sector.....	124
CAPITULO IV – PLAN DE MARKETING	132
4.1 Análisis situacional	133
4.1.1 Variables Controlables.....	133
4.1.2 Variables no controlables.....	140
4.1.3 Matriz de interacciones.	144

4.1.4	Matriz FODA	149
4.2	Resumen de la inversión del Plan de Marketing.....	159
CAPÍTULO V - PLAN DE ADMINISTRACIÓN.....		161
5.1	Lineamiento Estratégico	162
5.1.1	Declaración de la Misión	162
5.1.2	Declaración de la Visión	162
5.1.3	Valores.	162
5.2	Plan de Administración.....	164
5.2.1	Análisis Situacional – Matriz FODA.....	164
5.3	Estructura Organizacional.....	182
5.3.1	Organigrama	183
5.3.2	Partes funcionales de la organización, según Henry Mintzberg	184
5.3.3.	Tipos de Estructura según Henry Mintzberg.	185
5.3.5.	Manual de Procedimientos.	196
5.3.6	Fluxogramas.	198
CAPÍTULO VI - ASPECTO ECONÓMICO.....		219
6.1.	Aspecto Económico	220
Conclusión.....		249
Bibliografía.....		250
Anexos		252

INTRODUCCIÓN

COVID 19: Un hecho histórico que nadie se esperaba que ocurra y todo lo vivido. El brote de coronavirus ha sido una gran lección de vida.

Esto significa que la enfermedad nos ha dejado diferentes enseñanzas y estilos de vida. nos ha demostrado que debemos de estar preparados para cualquier tipo de situación tanto económicamente como mentalmente, aprender a experimentar nuevas cosas.

Hoy en día vivimos mucho más tensionados, estresados y con el miedo de que algo así vuelva a sucedernos, no despejamos nuestra por la incertidumbre económica que se ha generado.

Es por ello que hemos pensado en un plan novedoso e útil, que aparte de ser un distractor para la mente nos va enseñando lenguas que nos ayudarán a nuestro crecimiento profesional como personal.