

Administración de Empresas

“INFOSTYLE INFORMÁTICA S.R.L”

Alumnos:

Sergio Ariel González Orué

Pablo Daniel Ortiz Rojas

Asunción – Paraguay

2016

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO	2
DECICATORIA	4
INTRODUCCION	14
RESUMEN EJECUTIVO	16
1 IDEA DEL NEGOCIO	19
1.1. Introducción a la Idea del Negocio	19
1.2 Requerimientos Jurídicos	19
1.2.1 Nombre o Razón Social	19
1.2.2. Tipo de Sociedad	20
1.2.2.1 Características	20
1.2.2.2 Ventajas	21
1.2.2.3 Desventajas	21
1.2.3 Constitución Jurídica	21
1.2.3.1 Escritura de Constitución de Aporte y Capital	21
1.2.3.2 Inscripción en los Registros Públicos	22
1.2.3.3 Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (RUC)	23
1.2.3.3.1 Solicitud de Clave de Acceso	24
1.2.3.4 Inscripción Municipal y Solicitud de Patente Comercial	25
1.2.3.4.1 Requisitos para la Licencia Comercial – Municipalidad de Asunción	26
1.2.3.5 Inscripción en el Dpto. de Registro de Fiscalización de Sociedades	27
1.2.3.6 Instituto de Previsión Social	27
1.2.3.7 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social	28
1.2.3.7.1 Documentos Requeridos	28
1.2.3.8 Ministerio de Industria y Comercio	29
1.2.3.8.1 Requisitos	29
1.2.3.9 Rubricación de Libros Exigidos	30
1.2.3.9.1 Requisitos	30
1.3 Presupuesto Jurídico	31
1.4 Método de Factores Ponderados	32
2 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	37
2.1 Aspectos Generales del Estudio de Mercado	37
2.1.1 Pasos de la Investigación de Mercados	37
2.2 Planteamiento y Formulación del Problema	38
2.2.1 Objetivos	38
2.2.1.1 Objetivo General	38
2.2.1.2 Objetivos Específicos	38
2.3 Objetivos y Requerimientos de Investigación	38
2.3.1 Objetivos Afectivos	38
2.3.2 Objetivos Comportamentales	39
2.3.3 Objetivos Socio demográficos	39
2.4 Diseño de Investigación y Fuentes de Datos	40
2.4.1 Investigación exploratoria	40

2.4.1.1	Diseño por Fuente de Datos	40
2.4.2	Investigación Concluyente	41
2.4.2.1	Diseño Descriptivo	41
2.5	Procedimiento de Recolección de Datos	43
2.6	Diseño de la Muestra	54
2.6.1	Población	54
2.6.2	Marco Muestral	55
2.6.3	Tamaño de la Muestra	56
2.6.4	Selección del Tipo de Muestreo	57
2.6.5	Recolección de los elementos muestrales	57
2.7	Recolección de datos	58
2.8	Procesamiento de Datos	58
2.9.1	Tabulación y Codificación	58
2.10	Análisis de los Datos	59
2.10	Conclusión de la Investigación	67
2.11	Inversión por los Estudios	68
3	PLAN DE MARKETING	70
3.1.	Generalidades del Plan de Marketing	70
3.1.1	Utilidad del Plan de Marketing	70
3.2.	Análisis de la Macro segmentación	71
3.2.1	Mercado de Referencia	71
3.2.2	Grupo de Compradores	72
3.2.3	Tecnologías	72
3.3	Análisis de la Micro segmentación	73
3.3.1	Elección del segmento objetivo	73
3.4	Etapas en ciclo de vida del sector Informático	74
3.4.1	Estrategias de Marketing – Etapa de Crecimiento	75
3.4.1.1	Ventajas de la Etapa	75
3.5.-	Análisis de la Demanda	76
3.5.1	Calculo de la Demanda Global	76
3.5.2	Calculo del Mercado Potencial Absoluto	76
3.5.3	Grafico de la Demanda de “Infostyle S.R.L.”	77
3.5.3	Cuota de Mercado	78
3.5.4	Estimación de Ventas	79
3.5.3.1	Cálculo de la Estimación de Venta – 1º Año	79
3.5.3.2	Cálculo de la Estimación de Ventas del Proyecto	79
3.6	Plan de Marketing - Las 7p	80
3.6.1	Producto	80
3.6.2	Precio	81
3.6.3	Plaza	81
	Canales de Distribución	82
3.6.4	Promoción	82
3.6.5	Personal	83
3.6.6	Procesos	83

3.6.7 Presencia Física -----	84
3.7 Análisis Situacional-----	85
3.7.1 Variables Controlables-----	87
3.7.1.1 Producto -----	87
3.7.1.2 Precio -----	88
3.7.1.3 Distribución-----	88
3.7.1.4 Plaza -----	89
3.7.1.5 Personal -----	90
3.7.1.6 Presencia Física -----	90
3.7.1.7 Procesos-----	91
3.7.2 Variables no Controlables -----	92
3.7.2.1 Competencia -----	92
3.7.2.2 Clientes-----	93
3.7.2.3 Entorno -----	93
3.7.2.4 Tecnología -----	94
3.7.3 Matriz de Interacción-----	95
3.7.3.1 FO (MAXI – MAXI) -----	95
3.7.3.2 DO (MINI – MAXI)-----	95
3.7.3.3 FA (MAXI – MINI) -----	96
3.7.3.4 DA (MINI – MINI)-----	96
3.7.4 La matriz FODA -----	97
3.7.5 Objetivos-----	99
3.7.7 Cronograma-----	102
3.7.7.1 Referencias-----	102
3.8 Cuadro Resumen Total de Inversión del Plan de Marketing -----	102
4 ADMINISTRACION -----	104
4.1 Lineamiento Estratégico -----	104
4.1.1 Estrategias de Competitividad según Igor Ansoff-----	104
4.1.1.2 Desarrollo de Mercados-----	104
4.1.1.3 Diversificación -----	105
4.1.1.4 Penetración del Mercado-----	105
4.1.1.5 Desarrollar Productos -----	105
4.1.2 Declaración de la Visión-----	107
4.1.3 Declaración de la Misión -----	107
4.1.4 Las 5 fuerzas de Michael Porter -----	108
4.1.4.1 Competencia Actual -----	109
4.1.4.2 Competencia Potencial-----	110
4.1.4.3 Poder de los Clientes -----	110
4.1.4.4 Poder de los Proveedores -----	111
4.1.4.5 Amenaza de Productos Sustituto -----	113
4.1.4.6 Resumen-----	113
4.2 Plan de Administración -----	115
4.2.1 Descripción del Proceso de RR.HH-----	115
4.2.1.1 Reclutamiento y Selección -----	116

4.2.1.2 Contratación y Nombramiento-----	117
4.2.1.3 Inducción-----	117
4.2.1.4 Capacitación y Desarrollo -----	118
4.2.1.5 Evaluación de Desempeño-----	118
4.2.1.6 Ascensos, transferencias y despidos -----	118
4.2.1.7 Reglas de “Infostyle S.R.L.” -----	120
4.3 Concepto de Estructura de la Organización-----	122
4.3.1 El Ápice Estratégico-----	123
4.3.2 El Núcleo de Operaciones -----	124
4.3.3 La Línea Media-----	125
4.3.4 El Staff de Apoyo -----	126
4.3.5 La Tecno estructura-----	127
4.3.6 Organigrama General-----	128
4.3.6.1 Configuración Estructural de “Infostyle S.R.L.” -----	129
4.4 Tipos de Estructuras-----	130
4.4.1 Estructura Simple -----	130
4.4.2 Burocracia Mecánica -----	130
4.4.3 Burocracia Profesional -----	131
4.4.4 Estructura Divisional -----	131
4.4.5 Adhocracia -----	132
4.4.6 Elementos Situacionales -----	134
4.5 Manual de Funciones -----	135
4.6.- Manual de Procedimiento -----	147
4.6.1 Las ventajas de los Manuales de Procedimientos -----	147
4.7 Fluxogramas-----	151
4.8 Cuadro de Salarios y Cargas Sociales-----	160
4.9. Análisis de estructura de compras-----	161
4.9 Plan de Cuentas-----	163
5 ASPECTOS ECONÓMICOS -----	168
5.1 Producto Interno Bruto (PIB) -----	168
5.2 Balanza Comercial -----	170
5.3 Fluctuación del Tipo de Cambio -----	171
5.4 Comportamiento de la Reserva Monetaria -----	173
5.4.1 Solvencia Externa-----	174
5.4.2 Composición-----	175
5.4.3 Reserva Monetaria del Paraguay -----	175
5.4.3.1 Reservas Internacionales Netas Banco Central Del Paraguay-----	175
5.4.3.1.1 Distribución-----	176
5.4.3.1.2 En Suiza -----	176
5.5 Superávit o Déficit Fiscal -----	177
5.6 Política Fiscal-----	177
5.7 Gasto Fiscal -----	178
5.8 Recaudación Fiscal-----	179
5.9 Deuda -----	179

5.10 Inflación	180
6 ASPECTOS FINANCIEROS	182
6.1 Cuadro de Inversiones y Financiamiento	182
6.1.1 Cuadro de Inversiones	183
6.1.1.1 Cuadro de Resumen de Gastos de Preinversión	184
6.1.2 Cronograma de Inversiones y Financiaciones	185
6.1.3 Depreciaciones y Amortizaciones	186
6.1.4 Servicio de Deuda	187
6.1.5 Mano de Obra	189
6.1.6 Cronograma de Ventas	191
6.1.7 Ingresos por Ventas	192
6.1.8 Costos Totales	193
6.1.9 Punto de Equilibrio	194
6.1.10 Capital de Trabajo	195
6.1.11 Estados De Resultados Proyectos Con Financiamiento	196
6.1.12 Estados De Resultados Proyectos Sin Financiamiento	197
6.1.13 Flujos De Caja Proyectos Con Financiamiento	198
6.1.14 Flujos De Caja Proyectos Sin Financiamiento	199
6.1.15 Origen Y Aplicación De Fondos Con Financiamiento	200
6.1.16 Origen Y Aplicación De Fondos Sin Financiamiento	201
6.1.17 Balances Proyectados Con Financiamiento	202
6.1.18 Balances Proyectados Sin Financiamiento	203
6.1.19 Indicadores Financieros	204
CONCLUSION	205
ANEXO	207
Acta de Constitución	208
Minuta de Inscripción de Matricula de Comerciante	211
Minuta Para Rubrica de Libros	213
Formulario 605	214
Formulario par Inscripción el IPS	215
Formulario para Solicitud de Clave de Acceso al REI	216
Contrato de Adhesión	217
Declaración Jurada de Movimiento del Empleado	218
Inscripción Patronal en el MJT	219
Registro MIC	220
Libro de códigos	221
BIBLIOGRAFÍA	224

RESUMEN

Tema: **“PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS INFORMATICOS.”**

La tesis consta de seis capítulos en los que se estudiaron distintos tópicos según la importancia que se describen a continuación.

CAPITULO I El capítulo uno se desarrolla la idea del negocio, y todos los pasos para la creación y constitución de una S.R.L., también se define la ubicación de la empresa a través del método de factores ponderados para determinar la ubicación estratégica de la empresa.

CAPITULO II En el capítulo se realizó un estudio de mercado, para conocer la situación real del mercado, que nos permitirá establecer la demanda insatisfecha.

CAPITULO III En este capítulo se desarrolla el plan de marketing, realizamos un análisis situacional utilizando la técnica FODA que nos permitió identificar objetivos para el plan de marketing; se estableció las estrategias con su respectivo plan de acción.

CAPITULO IV En el capítulo cuatro, referente a administración, se realiza el análisis de los requerimientos de materiales, recurso humano y se determinan los procesos efectuados, manual de funciones, manual de procedimientos y fluxogramas.

CAPITULO V El capítulo cinco refiere al aspecto económico, desarrollando los indicadores económicos como producto interno bruto (PIB), balanza comercial entre otras variables relevantes que podrían afectar al proyecto.

CAPITULO VI En éste capítulo se realiza el estudio económico y financiero que nos permite determinar la factibilidad de crear la empresa de asesoramiento administrativo, se determina la inversión inicial que permitirá la puesta en marcha de la empresa, el presupuesto de ingresos, presupuesto de egresos, los estados financieros proyectados y punto de equilibrio que deberá alcanzar para cubrir todos sus gastos.

El objetivo principal de este proyecto de tesis es ser una herramienta de apoyo para la administración en la toma de decisiones, con el fin de controlar, organizar y manejar los recursos humanos y económicos-financieros eficientemente.