

Administración de Empresas

“Ecomuebles S.R.L”

Marcos Rodrigo Camacho Viveros

**Asunción – Paraguay
2015**

ÍNDICE

DEDICATORIA	1
INTRODUCCIÓN	2
CAPÍTULO I MARCO JURÍDICO	3
1.1. Razón Social	4
1.2. Tipo de sociedad	4
1.3. Requisitos para apertura de una SRL	5
1.3.1. Constitución, aporte y capital	5
1.3.2. Inscripción en los registros públicos	5
1.3.3. Solicitud de inscripción al Registro Único de Contribuyentes(RUC)	6
1.3.4. Matricula del Comerciante	7
1.3.5. Patente Municipal	7
1.3.6. Inscripción en el Instituto de Previsión Social (IPS)	10
1.3.7. Inscripción en el Ministerio de Justicia y Trabajo (MJT)	10
1.3.8. Libros de Contabilidad	11
1.3.9. Registro de Marca	11
1.4.Sistema Unificado de Apertura de Empresas (SUAE)	13
1.5.Resumen de costos de constitución	15
1.6.Localización de la empresa u organización	17
CAPÍTULO II INVESTIGACIÓN DE MERCADO	18
2.1. Objetivo general de investigación	19
2.2.Objetivos de la investigación	20
2.2.1. Objetivos y Requerimientos	20
2.3.Tipos de investigación a utilizarse	21
2.3.1. Investigación exploratoria	21
2.3.2. Investigación concluyente	22
2.4. Diseño del Cuestionario Estructurado	25
2.5. Definición de la Muestra	33
2.5.1. Paso 1: Definir la población	33
2.5.2. Paso 2: Identificar el marco maestral	35
2.5.3. Paso 3: Determinar el tamaño de la muestra	35
2.5.4. Cálculo para determinar el tamaño de nuestra muestra	35
2.5.5. Paso 4: Seleccionar un proceso de muestreo	35
2.5.6. Paso 5: Seleccionar la muestra	35

2.6. Resultados de la Encuesta	36
CAPÍTULO III PLAN DE MARKETING	53
3.1. Análisis de la Macrosegmentación	54
3.1.1. Conceptualización del mercado de referencia	54
3.1.2. Definición de las fronteras de mercado	55
3.2. Análisis de Micro Segmentación	57
3.2.1. Ciclo de vida del Producto	58
3.3. Análisis de la demanda	59
3.3.1. Demanda global	59
3.3.2. Mercado Potencial Absoluto	60
3.3.3. Cuota de Mercado	61
3.4. Plan de Marketing	62
3.4.1. Análisis situacional	62
3.4.1.1. Variables Controlables (Internas)	64
3.4.1.2. Variables no controlables (Externas)	64
3.4.1.3. Matriz Plana	65
3.4.1.4. Tabla de Tabulación FODA	67
3.4.1.5. Matriz FODA	68
3.5. Objetivos	69
3.5.1. Objetivo 1	69
3.5.2. Objetivo 2	71
3.5.3. Objetivo 3	73
3.6. Cuadro de Inversión del Plan de Marketing	75
CAPÍTULO IV ADMINISTRACIÓN	76
4.1. Lineamiento estratégico	77
4.1.1. Declaración de la Misión	77
4.1.2. Declaración de la Visión	77
4.1.3. Análisis de la estructura Competitiva del sector	77
4.1.4. Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff	84
4.2. Plan de administración	85
4.2.1. Análisis Situacional	85
4.2.1.2. Variables controlables	86
4.2.1.3. Variables no controlables (Externas)	87
4.2.1.4. Matriz Plana	88
4.2.1.5. Matriz de Interacción	89
4.2.1.6. Matriz FODA	90
4.3. Objetivos	91

4.3.1. Objetivo 1	91
4.3.2. Objetivo 2	93
4.3.3. Objetivo 3	96
4.3.4. Cuadro de Inversión del Plan de Administración.	98
4.4. Estructura Organizacional	99
4.4.1. Partes fundamentales de una estructura	99
4.4.2. Mecanismos de coordinación	100
4.4.3. Sistema de flujos	101
4.4.4. Diseño de puestos	104
4.4.5. Diseño de la superestructura	104
4.4.6. Diseño de vínculos laterales	106
4.4.7. Diseño del sistema de toma de decisiones	108
4.4.8. Tipos de Estructura Organizacional	110
4.4.9. Organigrama de la empresa ECOMUEBLES S.R.L	112
4.4.10. Estructura Organizacional	113
4.4.11. Diseño de la superestructura	115
4.5. Manual de Funciones	115
4.6. Manuales de procedimientos	128
4.7. Fluxogramas	135
4.8. Recursos humanos	136
4.9. Análisis de estructura de compras/costos	141
4.10. Plan de cuentas	142
CAPÍTULO V ASPECTO ECONÓMICO	149
5.1. Aspecto Económico	150
5.1.1. Tasa de desempleo	151
5.1.2. Producto interno Bruto (PIB)	152
5.1.3. Fluctuación del tipo de cambio	153
5.1.4. Ingreso Masivo de Divisas	154
CAPÍTULO VI CUADROS FINANCIEROS	155
CUADRO 1. Inversiones	156
CUADRO 2. Cronograma de Inversión y Financiamiento	158
CUADRO 3. Depreciaciones y Amortizaciones	159
CUADRO 4. Servicio de Deuda	160
CUADRO 5. Mano de Obra	161
CUADRO 6. Cronograma de Producción y Ventas	162
CUADRO 7. Ingresos por Ventas	162
CUADRO 8. Costos totales	163
CUADRO 9. Punto de equilibrio	163

CUADRO 10. Capital de Trabajo	164
CUADRO 11. Estados de Resultados proyectados con financiamiento	165
CUADRO 12. Estados de Resultados proyectados sin financiamiento	166
CUADRO 13. Flujo de Caja proyectado con financiamiento	166
CUADRO 14. Flujo de Caja proyectado sin financiamiento	167
CUADRO 15. Origen y Aplicación de Fondos con financiamiento	167
CUADRO 16. Origen y Aplicación de Fondos sin financiamiento	168
CUADRO 17. Balances proyectados con financiamiento	168
CUADRO 18. Balances proyectados sin financiamiento	169
CUADRO 19. Indicadores Financieros	170
ANEXO	171
BIBLIOGRAFÍA	179

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto es el resultado de las técnicas y las habilidades aprendidas sobre cómo poner en marcha un negocio desde la idea de negocio hasta el plan de acción.

El proyecto escogido fue la creación de una mueblería, constituida como una SRL, orientada a la compra y venta de muebles para oficinas fabricados en su mayoría de madera melamina o prensada, obtenida a partir de la reutilización de restos de madera (aserrín o madera triturada), y plástico reciclado, proceso por el cual pretende minimizar la tala indiscriminada de árboles y abaratar costos.

La presente obra está dividida en capítulos, en donde se podrá apreciar paso a paso como fue desarrollado el proyecto y los estudios y técnicas utilizados para determinar la viabilidad del mismo.