

Administración de Empresas

**Servicio de Búsqueda y Selección de Personas con Discapacidad
en la ciudad de Asunción bajo la denominación de
*“Integrando Py. S.R.L”***

Alumnas:

**Ana Clara Britos Alcaraz
Luz Clara Bogado Benítez**

**Asunción – Paraguay
2020**

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO	3
DEDICATORIA	4
INTRODUCCIÓN	24
RESUMEN EJECUTIVO	25
CAPÍTULO 1	27
REQUERIMIENTOS JURÍDICOS	27
1.1. Nombre o Razón Social.....	27
1.2. Tipo de Sociedad.....	27
1.3. Tipos de sociedades.....	27
1.4. Aspectos administrativos y legales relacionados para el proceso de apertura y constitución jurídica según el tipo de sociedad a establecer.....	29
Gaceta Oficial.....	34
1.5. Libros contables obligatorios para una S.R.L	37
1.5.1. Libro Diario	37
1.5.2. Libro Inventario	37
1.6. Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (RUC).....	38
1.7. Inscripción en el Registro Administrativo de personas físicas y estructuras jurídicas y el Registro Administrativo de beneficiarios finales (Ley 6446/19).....	40
1.8. Consideraciones adicionales	42
1.9. Apertura en la Municipalidad de Asunción	43
1.10. Instituto de Previsión Social (IPS)	45
1.10.1.Requisitos para Inscripción Patronal	45
1.10.2. Para Sociedades, Consorcios, Condominios, Cooperativas	46
1.11. Para inscribir a un Trabajador el Empleador.....	46
1.11.1. Inscribirlo a través del sistema REI.....	46
1.11.2. Realizar la inscripción en el Centro de Atención al Beneficiario.....	47
1.12. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.....	47
1.13. Dirección de Propiedad Intelectual (Registro de Marcas).....	49
1.13.1. Publicación de solicitud.....	50
1.13.2. Oposición/es de terceros.....	50
1.13.3. Examen de fondo	50
1.13.4 Concesión de la marca.....	50
1.14. Inscripción en el Ministerio de Industria y Comercio (Cédula Mipyme)	51
CAPÍTULO 2	54
INVESTIGACIÓN DE MERCADO	54
2.1. Definición.....	54
2.2. Proceso de la Investigación de Mercados	54
2.2.1 Necesidad de la Información	55
2.2.2. Definición del Problema.....	55

2.2.3	Definición de Objetivos	55
2.2.4	Especificar los objetivos de la investigación y las necesidades de información ..	55
2.2.2.4	Objetivos que describen a las empresas	58
2.3.	Diseño de la investigación y fuente de datos	59
2.4	Investigación Exploratoria	59
2.5.	Datos secundarios	59
2.6.	Grupo Focal	60
2.7.	Entrevistas en profundidad	60
2.8.	Investigación Concluyente	61
2.9.	Diseño descriptivo.....	61
2.10.	Procesamiento de recolección de datos.....	63
2.11.	Cuestionario estructurado	63
2.12.	Cuestionario Estructurado	72
2.13.	Diseño de la muestra	77
2.13.1.	Definir la población	77
2.13.2.	Identificar el marco muestral	77
2.13.3.	Determinar el tamaño de la muestra.	78
2.13.4	Seleccionar un procedimiento de muestreo.....	79
2.13.5.	Seleccionar la muestra.	82
2.13.6.	Recolección de los datos.	82
2.1.	Codificación y Tabulación	82
2.14.1.	Tabulación.....	87
2.15.	Analizar datos.	87
	Conclusión	104
2.1.	Valorización del costo de la investigación de mercados.....	105
	CAPÍTULO 3	106
	LINEAMIENTO ESTRATÉGICO	106
3.1.	Análisis de la Macro segmentación.	106
3.1.1.	Mercado de Referencia	106
3.1.2	Visión	107
	Visión de Integrando S.R.L	107
3.1.3	Misión	107
3.1.4.	Misión de Integrando S.R.L	108
3.2.	Análisis de la Microsegmentación	108
3.2.1.	Las Etapas del Proceso de Microsegmentación	108
3.3.	Ciclo de vida del producto	109
3.4.	Análisis de demanda.....	110
3.4.1	Demanda global	110
3.4.2	Mercado potencial	114
3.4.3	Cuota de Mercado	114
3.3.4	Proyección de ingresos para los primeros 5 años	115

3.3.5 Proyección de ingresos del primer año	116
3.4 Análisis de la estructura competitiva Michael Porter “5 Fuerzas”	117
3.4.1. Poder de negociación de los compradores o clientes	117
3.4.2. Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores	118
3.4.3. Amenaza de nuevos competidores entrantes	118
3.4.4. Amenaza de productos sustitutos.....	119
3.4.5. Rivalidad entre los competidores	120
3.5 Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.....	126
3.5.1. Penetración de Mercado	127
3.5.2. Desarrollo de producto.....	127
3.5.3. Desarrollo de mercado	127
3.5.4. Diversificación.....	127
3.5.5. Diferenciación por medio de atributos.	128
3.6 Argumento de posicionamiento.....	128
CAPITULO 4	129
PLAN DE MARKETING	129
4.1. Plan de Marketing	129
4.1.1 Análisis Situacional	130
La Matriz FODA	130
Listado Plano	131
Variables controlables.....	131
Fortalezas	131
Debilidades	131
Variables no controlables.....	132
Oportunidades	132
Amenazas.....	132
Matriz de interacción FODA	133
Estrategias MAXI/MINI	133
Las 7 p’s del Marketing.	135
Producto	136
Precio.....	137
Plaza.....	137
Promoción	138
Personas.....	138
Procesos	139
Presencia.....	140
Consumidor/Usuario	142
Competencia.....	142
4.1.2 Objetivos, Estrategias y Planes	143
Estrategia de comunicación	145
Estrategia de comunicación	147

Estrategia de comunicación	150
CAPITULO 5	152
ADMINISTRACIÓN	152
5.1 Lineamiento estratégico	152
5.1.1 Visión de Integrando S.R.L	152
5.1.2 Misión de Integrando S.R.L	152
5.2 Plan de administración.....	153
5.2.1 Análisis Situacional	153
Listado Plano	153
Fortalezas	153
Debilidades	153
Oportunidades	153
Amenazas.....	153
5.2.2. Objetivos.....	156
5.2.2 Objetivos Administrativos	156
5.3. Estructura organizacional	165
5.3.1. Organigrama.....	165
Cumbre estratégica o Ápice de estratégico	167
Línea media.....	168
Estructura técnica o tecnoestructura.....	168
Núcleo de operaciones	168
Personal de apoyo	169
5.3.2 Layout.....	169
5.3.3 Manual de Funciones	176
Nivel de educación y experiencia.....	189
5.3.3 Manual de Procedimiento	207
5.3.4. Fluxograma o Diagrama de Flujo	216
Beneficios del Diagrama de Flujo	217
5.3.5 Recursos Humanos.	221
5.4 Activos Fijos	225
5.5 Plan de Cuentas	226
El plan de cuentas, sus finalidades y procedimientos.....	227
CAPITULO 6.....	236
ASPECTO ECONÓMICO	236
6.1 Indicadores Económicos.....	236
6.1.1 Producto Interno Bruto	236
6.1.2 Balanza Comercial (importación/exportaciones)	241
Importaciones	242
6.1.3 Fluctuación del tipo de cambio.....	242
6.1.4 Comportamiento de la reserva monetaria.....	244
6.1.5 Superávit o Déficit fiscal	245

6.1.6 Inflación	247
CAPITULO 7	248
PLAN FINANCIERO DE LA EMPRESA	248
Conclusión	266
Bibliografía	268
ANEXOS	271

RESUMEN

A través del presente trabajo de grado se da a conocer el proyecto basado en el servicio de búsqueda y selección de personas con discapacidad en la ciudad de Asunción capital del Paraguay.

El trabajo se presenta en siete capítulos distintos en donde se detallan los mecanismos, variables y procedimientos que se pondrán en marcha para poder determinar y alcanzar el objetivo principal. Los mismos se detallan brevemente a continuación.

El primer capítulo es en donde se detallan todos los aspectos jurídicos en el que incurrirá la empresa, se describen los procesos, documentaciones, gestiones, costos de los mismos, éstos representan la constitución de la sociedad. El proyecto se basa en una Sociedad de Responsabilidad Limitada.

El capítulo dos, en él se describen los objetivos generales de investigación de mercado, se definen la manera de trabajo de investigación y se realizan los procedimientos adecuados mediante nueve pasos para poder determinar los mejores atributos que el cliente considera importante por medio de encuestas que se procesan y que luego son analizadas.

En el capítulo tres se determinan la misión y la visión de la organización, la macro segmentación y la micro, además se analiza la demanda y la cuota de mercado correspondiente, así mismo se determinan estrategias de competencias basados en herramientas establecidas.

En el cuarto capítulo del presente trabajo se desarrolla el plan de marketing desarrollándose el FODA para determinar ciertas estrategias de introducción al mercado, además se fijan objetivos de ventas y publicidad generando planes de acciones que ayuden a la empresa a poder ingresar al mercado.

El capítulo cinco se habla de todo lo relacionado a la administración de la empresa en el se detalla la estructura organizativa por medio del organigrama, se determinan las funciones, procedimientos, políticas, reglas que hará que la empresa sea bien organizada por medio de los recursos humanos. Además, se menciona la manera de producción y todo lo que conlleva para su comercialización.

El capítulo número seis es en donde se da a conocer los grandes aspectos de la economía a nivel país que pueden afectar ciertamente y de alguna manera a la empresa, se analiza el Producto Interno Bruto, las fluctuaciones monetarias, la inflación entre otros indicadores económicos.

En el capítulo séptimo y último se confeccionan los cuadros financieros a través de una recolección de datos que arrojan resultados en donde se determina si el proyecto en mención es viable y da al inversionista las indicaciones para poder invertir.