

**Administración de Empresas**

**VISIÓN VIAJERA S.R.L**

**Eliana Jazmín Núñez Riveros**

**Asunción – Paraguay**

**2020**

# ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS .....	2
DEDICATORIA.....	3
ÍNDICE .....	4
INTRODUCCIÓN .....	10
RESUMEN EJECUTIVO .....	11
CAPÍTULO 1 .....	13
1.1 Descripción de la empresa.....	13
1.1.1 Visión .....	13
1.1.2 Misión.....	13
1.1.3 Valores .....	14
1.2 Objetivos .....	14
1.2.1 Objetivos generales.....	14
1.2.2 Objetivos específicos.....	14
1.3 Localización .....	14
1.3.1 Macro localización .....	14
1.3.2 Micro localización.....	15
1.4 Ventajas competitivas .....	17
CAPITULO 2 .....	18
2.1 Proceso de apertura del Negocio.....	18
2.2 Acta de constitución de la Sociedad.....	20
2.3 Leyes que afectan al Proyecto.....	25
2.4 Plan Fiscal. ....	26
2.5 Presupuesto jurídico inicial. ....	27
CAPÍTULO 3 .....	28
3.1 Macroeconomía.....	28
3.1.1 Tasa de desempleo .....	28
3.1.2 Variación del dólar (Tasa de cambio) .....	29
3.1.3 Producto Interno Bruto (PIB).....	31
3.1.4 Tasa de inflación .....	32
3.1.5 Variación del salario mínimo .....	36
3.2 Microeconomía.....	37
3.2.1 Elasticidad de la oferta .....	37
3.2.2 Elasticidad de la demanda .....	39
CAPÍTULO 4 .....	40
4.1 Estructura organizacional.....	40
4.2 Clasificación de las partes funcionales de la organización según Henry Mintzberg .....	41
4.3 Configuraciones estructurales de las organizaciones según Henry Mintzberg .....	42
4.4 Estrategias de Recursos Humanos.....	43
4.5 Manual de organización y funciones.....	45
4.6 Manual de procedimientos.....	56
4.7 Fluxogramas.....	57
4.8 LAYOUT .....	59

4.9 Definiciones básicas de contabilidad .....	61
CAPITULO 5 .....	64
5.1 Objetivos de la investigación .....	64
5.2 Diseño de la investigación.....	64
5.3 Presentación y análisis de los datos.....	65
5.4 Conclusión del estudio .....	66
5.5 Fuentes de información .....	68
5.6 Principales competidores.....	68
5.7 Análisis de la estructura competitiva del sector (Michael Porter) .....	69
CAPÍTULO 6 .....	75
6.1 Análisis FODA.....	75
6.2 Marketing estratégico.....	76
6.2.1 Estrategias según Igor Ansoff .....	77
6.2.2 Estrategias según Michael Porter.....	77
6.3 Marketing operativo .....	79
6.3.1 Producto .....	79
6.3.2 Precio.....	79
6.3.3 Plaza .....	80
6.3.4 Promoción .....	80
6.3.5 Personas.....	80
6.3.6 Presencia (evidencia física).....	81
CAPÍTULO 7 .....	82
7.1 Organigrama del sector productivo .....	82
7.2 Proceso de producción .....	83
7.3 Principales proveedores.....	83
CAPITULO 8 .....	86
8.1 Impacto Ambiental.....	86
8.2 Impacto socioeconómico.....	86
8.3 Impacto Cultural.....	87
8.4 Aspectos éticos de la sustentabilidad del proyecto .....	88
CAPÍTULO 9 .....	89
9.1 Descripción del plan de expansión.....	89
9.2 Necesidades de inversión .....	89
9.2 Riesgos de la expansión .....	89
9.2.1 Riesgos internos .....	89
9.2.2 Riesgos externos.....	90
9.3 Plan de salida.....	90
CAPÍTULO 10 .....	92
10.1 Inversión y financiamiento.....	92
10.1.1 Cronograma de inversión y financiamiento .....	93
10.2 Servicio de deuda .....	94
10.3 Ventas del proyecto.....	95
10.4 Capital de trabajo requerido .....	96
10.5 Costos del proyecto .....	97
10.5.1 Estructura de costos fijos y variables.....	98

10.6 Estado de resultados proyectados.....	99
10.7 Cálculo de rentabilidad – Sin financiamiento .....	100
10.8 Cálculo de rentabilidad – Con financiamiento.....	101
10.9 Cálculo de depreciaciones y amortizaciones.....	102
10.10 Fuentes y usos de fondos.....	103
10.11 Cálculo del punto de equilibrio .....	104
10.12 Balances proyectado.....	105
CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES .....	106
BIBLIOGRAFÍA.....	108
ANEXOS.....	109

## RESUMEN

El presente proyecto surge de la necesidad de abastecer un mercado insatisfecho como lo es el mercado turístico. Visión Viajera S.R.L busca transmitir su misión que es brindar a los clientes una óptima asesoría turística, ofrecer precios justos, facilidad para la compra de los servicios deseados y la garantía de estos, con el fin de lograr la plena satisfacción de cada uno de los selectos clientes.

La empresa adoptó la figura de una Sociedad de Responsabilidad Limitada, conformada por dos socios, en donde el capital social es de Gs.375.620.000 y cada socio hizo un aporte de 1.878 cuotas de Gs. 100.000.

Incluido el valor del terreno, la inversión requiere de Gs. 467.020.000, lo cual será financiada en un 20% por un banco de plaza, con un periodo de gracia inicial de 1 semestre.

La investigación de mercado fue basada en datos estadísticos provenientes de la Dirección Nacional de Aeronáutica Civil, en donde se exponen la cantidad de pasajeros que ingresan y salen del Paraguay. Si bien la investigación fue basada en datos locales, cabe resaltar que el mercado, en el cual va a ingresar la empresa, es global. La investigación determinó que el tráfico de pasajeros es abundante y tiende a ir en aumento. Cada pasajero es un cliente potencial para la empresa.

La oficina estará ubicada en la ciudad de Asunción, barrio San Cristóbal, sobre la calle Bélgica y 4 de julio. Esta ubicación fue elegida mediante un análisis entre 3 barrios, utilizando la técnica de los métodos de factores ponderados, en donde se tuvieron en cuenta la proximidad a proveedores para facilitar las transacciones entre la empresa y estos; la accesibilidad, teniendo en cuenta en primer lugar a los empleados; la seguridad en la zona, también pensando en los empleados y en cualquier posible hurto de equipos de la oficina; los impuestos, para evitar un gasto muy elevado en ellos y; la visibilidad, porque a pesar de no tener contacto directo con los clientes, al ser visible capta la atención de posibles compradores.

Visión Viajera S.R.L contará con 13 funcionarios dependientes que se distribuyen de la siguiente manera: 1 Gerente General; 8 Agentes de viajes; 2 Auxiliares administrativos; 1 Técnico en informática; 1 Publicista. Y tendrá la ayuda de 1 funcionario externo, un contador, que llevará la contabilidad de la empresa.

El proyecto tiene como objetivo estructurar y presentar la viabilidad del mismo, teniendo en cuenta los factores estructurales, jurídicos, económicos, financieros y ambientales. Y así como pretende demostrar el potencial éxito comercial mediante un plan de marketing que incluyen alianzas estratégicas con proveedores y el uso de medios tecnológicos disponibles.

De acuerdo con la proyección de flujos netos, si se lleva a cabo sin financiamiento, el Valor Actual Neto (VAN) está dado por 2.032.977 guaraníes, mientras que la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 73% superando ampliamente a la tasa de corte que es del 18%, cumpliendo así con las expectativas financieras este proyecto.