

**Ciencias Contables y Administrativas**

***“TECNO LUK S.R.L.”***

**Cynthia Elizabeth Pintos Giménez**

**Asunción – Paraguay**

**2019**

## **INDICE**

**INTRODUCCIÓN 1**

**RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO TECNO LUK S.R.L. 2**

**CAPÍTULO I 3**

**IDEA DE NEGOCIO 3**

**CAPITULO I 4**

**INTRODUCCIÓN A LA IDEA DEL PROYECTO 4**

**REQUERIMIENTOS JURÍDICOS. 4**

1.2.1- NOMBRE O RAZÓN SOCIAL: 4

1.2.2- TIPO DE SOCIEDAD: 4

1.2.3- 4 ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN 4

INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO PÚBLICO DE COMERCIO Y EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS: 5

MATRÍCULA DEL COMERCIANTE (PERSONAS FÍSICAS) 6

INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE 6

MUNICIPALIDAD DE MARIANO ROQUE ALONSO. 8

RUBRICA DE LLIBROS CONTABLES 8

RUBRICACIÓN DE HOJAS Y/O FORMULARIOS CONTINUOS 10

NUEVO PROCEDIMIENTO DE RUBRICACIÓN DE HOJAS Y/O FORMULARIOS CONTINUOS. 12

INSCRIPCIÓN EN EL INSTITUTO DE PREVISIÓN SOCIAL 14

INSCRIPCIÓN EN EL MINISTERIO DEL TRABAJO, EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL 15

DIRECCIÓN DE PROPIEDAD INTELECTUAL (REGISTROS DE MARCAS) 17

**1.3) LOCALIZACIÓN: 19**

MÉTODO DE LOS FACTORES PONDERADOS 19

**CAPÍTULO II 24**

**2- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 24**

**2-1. PASO 1 (NECESIDAD DE INFORMACIÓN). 24**

**2-2. PASO 2 (OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN Y NECESIDADES DE INFORMACIÓN). 25**

**2-3. PASO 3 (DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y FUENTES DE DATOS A UTILIZAR). 26**

**2.4- PASO 4: PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS 30**

**DISEÑO DEL CUESTIONARIO 36**

**2-5. PASO 5 (DISEÑO DE LA MUESTRA). 39**

**LIBRO DE CÓDIGOS 44**

**TABULACION Y GRAFICOS 47**

**2.8. CONCLUSIÓN/INFORME 58**

**CAPITULO III 59**

**LINEAMIENTO 59**

**ESTRATÉGICO 59**

**LINEAMIENTO ESTRATÉGICO 60**

|  |            |
|--|------------|
| <b>DECLARACIÓN DE LA MISIÓN Y VISIÓN</b>                             | <b>60</b>  |
| 3.1- ANÁLISIS DE LA MACRO SEGMENTACIÓN                               | 60         |
| 3.2. ANÁLISIS DE LA MICROSEGMENTACIÓN                                | 62         |
| <b>1.1- ANÁLISIS DE LA DEMANDA:</b>                                  | <b>68</b>  |
| CALCULO DE LA DEMANDA GLOBAL   | 68         |
| CALCULO DEL MERCADO POTENCIAL ABSOLUTO                               | 69         |
| CUOTA DE MERCADO   | 70         |
| <b>CUADRO DE PROYECCIÓN DE VENTAS PARA EL AÑO 1</b>                  | <b>71</b>  |
| <b>CUADRO DE PRESUPUESTOS DE VENTAS OBJETIVO PARA LOS SIGUIENTES</b> | <b>4</b>   |
| <b>AÑOS</b>  | <b>119</b> |
| <b>1.1- ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER.</b>        | <b>120</b> |
| <b>ESTRATEGIA DE LAS FUERZAS DE MICHAEL PORTER</b>                   | <b>120</b> |
| BARRERA DE ENTRADAS  | 121        |
| COMPETENCIA ACTUAL   | 121        |
| PODER DE LOS PROVEEDORES   | 122        |
| PODER DE LOS CLIENTES  | 122        |
| PRODUCTOS SUSTITUTIVOS   | 123        |
| RESUMEN DE LAS 5 FUERZAS   | 123        |
| <b>EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE LA MATRIZ ANSOFF.</b>              | <b>124</b> |
| <b>ELABORAR UN ARGUMENTO DE POSICIONAMIENTO CON DICHS ATRIBUTOS.</b> | <b>125</b> |
| <b>CAPITULO IV</b>   | <b>126</b> |
| <b>PLAN DE MARKETING</b>   | <b>127</b> |
| <b>4.1. – PLAN DE MARKETING</b>                                      | <b>127</b> |
| <b>4.2.- ANÁLISIS SITUACIONAL</b>                                    | <b>127</b> |
| <i>IMPORTANCIA DE UN ANÁLISIS FODA</i>                               | 128        |
| <b>VARIABLES- CONTROLABLES</b>                                       | <b>129</b> |
| <b>PRECIOS:</b>  | <b>133</b> |
| <b>PROMOCION:</b>  | <b>139</b> |
| <b>PLAZA O DISTRIBUCIÓN:</b>   | <b>139</b> |
| <b>PERSONAL:</b>   | <b>140</b> |
| <b>PRESENCIA FISICA</b>  | <b>140</b> |
| <b>PROCESO</b>   | <b>141</b> |
| <b>VARIABLES NO CONTROLABLES</b>                                     | <b>142</b> |
| <b>COMPETENCIA</b>   | <b>142</b> |
| <b>PROVEEDORES</b>   | <b>142</b> |
| <b>CONSUMIDOR</b>  | <b>143</b> |
| <b>CONDICIONES ECÓNICAS</b>  | <b>143</b> |
| <b>TECNOLOGIA</b>  | <b>144</b> |
| <b>LISTADO PLANO</b>   | <b>145</b> |
| <b>MATRIZ DE INTERACCIÓN FODA</b>                                    | <b>147</b> |
| FO (MAXI - MAXI)   | 147        |
| FA (MAXI - MINI)   | 147        |
| DO (MINI - MAXI)   | 147        |

|  |            |
|--|------------|
| DA (MINI - MINI)   | 148        |
| <b>MATRIZ FODA</b>   | <b>148</b> |
| <b>4.3. OBJETIVOS</b>  | <b>151</b> |
| <b>ESTRATEGIAS</b>   | <b>151</b> |
| <b>PLAN DE ACCION</b>  | <b>151</b> |
| <b>MARKETING</b>   | <b>152</b> |
| <b>CAPÍTULO V</b>  | <b>157</b> |
| <b>CAPÍTULO V</b>  | <b>158</b> |
| <b>ADMINISTRACIÓN</b>  | <b>158</b> |
| <b>LINEAMIENTO ESTRATÉGICO (ÁPICE ESTRATÉGICO)</b>                     | <b>158</b> |
| <b>5.1.1. DECLARACIÓN DE LA VISIÓN</b>                                 | <b>158</b> |
| <b>5.1.2. DECLARACIÓN DE LA MISIÓN</b>                                 | <b>158</b> |
| <b>5.2. PLAN DE ADMINISTRACIÓN:</b>                                    | <b>158</b> |
| <b>5.2.1. ANÁLISIS SITUACIONAL - MATRIZ FODA</b>                       | <b>160</b> |
| <b>VARIABLES CONTROLABLES</b>  | <b>160</b> |
| <b>VARIABLES NO CONTROLABLES</b>                                       | <b>163</b> |
| <b>LISTADO PLANO</b>   | <b>165</b> |
| <b>MATRIZ DE INTERACCIÓN</b>   | <b>167</b> |
| <b>FO (MAXI - MAXI)</b>  | <b>167</b> |
| <b>FA (MAXI - MINI)</b>  | <b>167</b> |
| <b>DO (MINI - MAXI)</b>  | <b>168</b> |
| <b>DA (MINI - MINI)</b>  | <b>168</b> |
| <b>MATRIZ FODA</b>   | <b>169</b> |
| <b>5.2.2. OBJETIVOS</b>  | <b>171</b> |
| <b>PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS DE TECNO LUK S.R.L.</b>                  | <b>171</b> |
| <b>5.2.3. ESTRATEGIAS.</b>   | <b>171</b> |
| <b>PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE TECNO LUK S.R.L.</b>                | <b>172</b> |
| <b>5.2.4 PLAN DE ACCION</b>  | <b>176</b> |
| <b>PLANTEAMIENTO DE LOS PLANES DE ACCIÓN DE TECNO LUK S.R.L.</b>       | <b>176</b> |
| <b>RESUMEN DE COSTOS DEL PLAN ADMINISTRATIVO:</b>                      | <b>180</b> |
| <b>CUADRO DE INVERSIÓN DEL PLAN DE ADMINISTRACIÓN PARA EL AÑO 1.</b>   | <b>180</b> |
| <b>CUADRO DE INVERSIÓN DEL PLAN DE ADMINISTRACIÓN PARA LOS 5 AÑOS.</b> | <b>180</b> |
| <b>5.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL SEGÚN MINTZBERG</b>                   | <b>181</b> |
| <b>5.2.4.3 CUADRO DE ACTIVOS Y RECURSOS A SER EMPLEADOS</b>            | <b>181</b> |
| <b>5.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL SEGÚN MINTZBERG</b>                   | <b>184</b> |
| <b>ÁPICE ESTRATÉGICO</b>   | <b>184</b> |
| <b>LA LÍNEA MEDIA</b>  | <b>185</b> |
| <b>NÚCLEO OPERATIVO:</b>   | <b>185</b> |
| <b>TECNO ESTRUCTURA</b>  | <b>185</b> |
| <b>STAFF DE APOYO</b>  | <b>185</b> |
| <b>5.3.1. ORGANIGRAMA</b>  | <b>186</b> |
| <b>ESTOS TIPOS DE CONFIGURACIONES SON:</b>                             | <b>186</b> |
| <b>LA ESTRUCTURA SIMPLE</b>  | <b>186</b> |

|  |            |
|--|------------|
| <b>LA ORGANIZACIÓN DIVISIONAL</b>  | <b>186</b> |
| <b>LA ADHOCRACIA</b>   | <b>186</b> |
| <b>LA BUROCRACIA MAQUINAL</b>  | <b>186</b> |
| <b>ORGANIGRAMA DE TECNO LUK S.R.L.</b>   | <b>188</b> |
| <b>5.3.2. LAYOUT</b>   | <b>189</b> |
| <b>5.3.2. MANUAL DE FUNCIONES</b>  | <b>191</b> |
| <b>5.3.3. MANUAL DE PROCEDIMIENTO</b>  | <b>199</b> |
| <b>5.3.2. FLUXOGRAMAS</b>  | <b>204</b> |
| <b>5.3.6.- RECURSOS HUMANOS (DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE RRHH, SALARIOS, CARGAS SOCIALES)</b> | <b>208</b> |
| <b>1- IMAGEN PERSONAL Y CORPORATIVA.</b>   | <b>208</b> |
| <b>2- RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN E INCORPORACION.</b>  | <b>209</b> |
| <b>3- INDUCCION.</b>   | <b>211</b> |
| <b>4- CAPACITACIONES.</b>  | <b>211</b> |
| <b>5- EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO.</b>   | <b>211</b> |
| <b>6- BENEFICIOS AL PERSONAL.</b>  | <b>212</b> |
| <b>7- VACACIONES.</b>  | <b>213</b> |
| <b>8- DEL HORARIO DE TRABAJO, ADMINISTRACION Y REPORTE DE AUSENCIAS.</b>                     | <b>213</b> |
| <b>5.4.- ANÁLISIS DE ESTRUCTURA DE COSTOS</b>  | <b>215</b> |
| <b>PLAN DE CUENTAS</b>   | <b>216</b> |
| <b>CAPÍTULO VI</b>   | <b>224</b> |
| <b>ASPECTO ECONÓMICO</b>   | <b>224</b> |
| <b>INDICADORES ECONÓMICOS (WWW.BCP.GOV.PY)</b>   | <b>224</b> |
| <b>PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)</b>  | <b>224</b> |
| <b>BALANZA COMERCIAL (IMPORTACIÓN/EXPORTACIONES)</b>   | <b>225</b> |
| <b>FLUCTUACIÓN DEL TIPO DE CAMBIO</b>  | <b>227</b> |
| <b>RESERVAS MONETARIAS INTERNACIONALES</b>   | <b>228</b> |
| <b>SUPERÁVIT O DÉFICIT FISCAL</b>  | <b>230</b> |
| <b>INFLACION</b>   | <b>231</b> |
| <b>OTROS DATOS RELEVANTES</b>  | <b>231</b> |
| <b>CAPÍTULO VII</b>  | <b>234</b> |
| <b>PLAN FINANCIERO DE LA EMPRESA</b>   | <b>234</b> |
| <b>7.1- PRESENTAR LOS CUADROS FINANCIEROS PARA SU ANÁLISIS:</b>                              | <b>234</b> |
| <b>CONCLUSIÓN FINANCIERA.</b>  | <b>260</b> |
| <b>ANEXOS</b>  | <b>262</b> |
| <b>1-) ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN.</b>  | <b>262</b> |
| <b>2-) INSCRIPCIÓN EN LA SET</b>   | <b>268</b> |
| <b>3-) INSCRIPCIÓN EN IPS</b>  | <b>269</b> |
| <b>BIBLIOGRAFIA</b>  | <b>271</b> |

## RESUMEN

Teniendo en cuenta el crecimiento comercial constante de la zona en la cual tenemos proyectado situar el negocio, creí conveniente elaborar el proyecto de investigación e inversión cuyos resultados fueron bastante alentadores.

El alto tráfico de gente por la instalación de nuevas empresas públicas y privadas, condominios, acceso a diferentes líneas de transporte colaboran para que ideas de negocios se asienten en este lugar.

TECNO LUK S.R.L. es una empresa joven dedicada a la compra – venta de productos e insumos informáticos a minoristas, viendo la oportunidad en el rubro y ubicado en un lugar con accesibilidad como lo es Mariano Roque Alonso.

TECNO LUK S.R.L. lanza al mercado una gran variedad de productos ya existentes en el mercado, para las empresas que quieran adquirir dichos productos en cantidades y/ o combos completos pudiendo acceder al mismo en una empresa que no solo busca la satisfacción del cliente si no también colaborar para mejorar la calidad de los productos

Esta empresa tiene un gran potencial ya que hay mucha circulación en el mercado en el área de informática y para dar así obtener oportunidad de crecimiento a nivel país. La inversión requerida para la implementación del proyecto, así como para el sustento del negocio en sus inicios es de aproximadamente 250.000.000gs. Los emprendedores aportaran el 50% de esta cantidad por lo que es necesario inversores externos para completar el resto.

La impulsadora de este Proyecto es Cynthia Pintos, Lic. en Ciencias Contables y Administrativas egresada de la Universidad Columbia del Paraguay actualmente se desempeña como Encargada del área de Cobranzas de la empresa **MULTIMEDIA S.R.L.**

Se prevé la recuperación total del capital aproximadamente en 2 años 8 meses, así como también mejores utilidades para la empresa ya que en este tiempo el negocio alcanzara un rendimiento del 70% sobre su potencial.

Estamos convencidos de que este negocio será en realidad rentable.

Si desea obtener más información sobre el proyecto favor contactar con las direcciones más abajo señaladas.