

Ingeniería Comercial

Ensueño Eventos S.R.L.
Imaginas, nosotros lo hacemos
Organización de eventos

Alumnas:

Canata Martínez, Nathalia Concepción
Lugo Ríos, Ana Katerine

Asunción - Paraguay

2016

INDICE

Introducción	8
Capítulo I.....	10
1 Aspecto Jurídico.....	10
1.1 Introducción a la idea del proyecto.....	11
1.2 Denominación de la empresa	11
1.3 Requerimientos Jurídicos.....	12
1.3.1 Introducción al Capítulo Jurídico	12
1.3.2 Nombre y Razón Social.....	12
1.3.3 Tipo de Sociedad.	12
1.3.4 Constitución Jurídica.	12
1.3.5 Escritura de Constitución.	13
1.3.6 Registro Público de Comercio y Registro Público de Personas Jurídicas.....	15
1.3.7 Matrícula de comerciante.	16
1.3.8 Rubrica de libros.....	16
1.3.9 Inscripción en la dirección de apoyo del ministerio de hacienda (RUC).....	17
1.3.10 Apertura en la municipalidad involucrada, Patente Municipal:	17
1.3.11 Instituto Previsión Social.....	19
1.3.12 Ministerio de Justicia y Trabajo.	19
1.3.13 Dirección de propiedad intelectual (registro de marca).....	20
1.3.14 Gastos de Escribanía.....	22
1.4 Localización de la Empresa u Organización.....	26
Capítulo II.....	29
2 Investigación de Mercado	29
2.1 Introducción al capítulo	30
2.1.1 Definir el Problema de Investigación.	30
2.1.2 Objetivos de la investigación y necesidades de información.	30
2.1.3 Establecer el/los objetivos de la investigación.	31
2.1.4 Diseño de Investigación y Fuente de Datos.....	33
2.1.5 Procedimiento de recolección de datos.	35
2.1.6 Determinación del plan y tamaño de la muestra.	41
2.2 Población	43
2.3 Determinar el tamaño de la muestra	45
2.3.2 Codificación y tabulación.....	47
2.3.3 Análisis de datos.....	49
2.3.4 Conclusiones/Informe.....	55
Capítulo III	56
3 Plan de Marketing	56
3.1 Análisis de la Macrosegmentación.	57
3.1.1 Mercado de referencia	57
3.2 Análisis de la Microsegmentación.....	60
3.3 Ciclo de vida del producto.	61
3.4 Análisis de competidores.	61
3.5 Análisis de la demanda.	63

3.5.1	Calculo de la Demanda Global del Servicio de Eventos Sociales.....	63
3.5.2	Cuota de Mercado.....	65
3.5.3	Proyección de Ventas para un alcance de 5 años.	66
3.6	Análisis situacional de la empresa.	66
3.6.1	Variables Controlables- Análisis de las Fortalezas y Debilidades.	68
3.6.2	Variables no controlables-Análisis de las Oportunidades y Amenazas.	83
3.7	Listado Plano	85
3.8	Planeamientos Estratégicos.....	90
3.9	Programa para fidelización de clientes.....	93
3.10	Nombre de la empresa y logotipo	94
	Capítulo IV	96
4	Plan de Administración	96
4.1	Lineamiento estratégico (Ápice estratégico)	97
4.2	Declaración de la Visión.....	97
4.3	Declaración de la Misión	97
4.4	Análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter)	97
4.5	Análisis del Entorno.....	98
4.6	Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.....	103
4.7	Plan de administración: (Dirección Media).....	105
4.7.1	Análisis Situacional – Matriz FODA	105
4.7.2	Planes de acción.....	105
4.8	Estructura Organizacional.....	106
4.8.1	Organigrama	106
4.9	Diseño de superestructura.....	107
4.9.1	Configuraciones Estructurales según Mintzberg.....	107
4.10	Layout	108
4.10.1	Descripción de área	109
4.11	Manual de funciones.....	111
4.12	Manual de Procedimiento	128
4.13	Fluxograma	129
4.14	Recursos humanos	133
4.15	Plan de cuentas.....	138
	Capítulo V	145
5	Aspecto Económico.....	145
5.1	Indicadores Económicos:.....	146
5.1.1	Producto Interno Bruto (PIB)	146
5.1.2	Balanza comercial (importación/exportaciones)	148
5.1.3	Fluctuación del tipo de cambio.....	149
5.1.4	La Inflación.....	152
5.1.5	Tasa de Desempleo.....	153
	Capítulo VI.....	154
6	Plan Financiero.....	154
6.1	Cuadro de Inversiones	155
6.2	Cuadro de Cronograma de Inversión y Financiamiento	158
6.3	Cuadro de Depreciaciones y Amortizaciones.....	159

6.4 Cuadro de Servicio de Deuda	160
6.5 Cuadro de Recursos Humanos.....	161
6.6 Cuadro de cronograma de producción y ventas.....	162
6.7 Cuadro de Ingresos por ventas.....	163
6.8 Cuadro de Costos Totales.....	164
6.9 Cuadro Punto de Equilibrio	165
6.10 Cuadro de Capital de Trabajo	165
6.11 Cuadro de Estado de Resultados Proyectado con Financiamiento	166
6.12 Cuadro De Estado De Resultados Proyectado Sin Financiamiento.....	167
6.13 Cuadro De Flujos De Caja Proyectado Con Financiamiento.	168
6.14 Cuadro de Flujos De Caja Proyectado Sin Financiamiento.....	169
6.15 Cuadro de Origen y Aplicación De Fondos Con Financiamiento	170
6.16 Cuadro De Origen Y Aplicación De Fondos Sin Financiamiento.....	171
6.17 Cuadro de Balance Proyectado con Financiamiento.	172
6.18 Cuadro de Balance Proyectado Sin Financiamiento.....	173
6.19 Cuadro de Ratios Financieros.....	174
6.20 Informe.....	175
Conclusión.....	176
ANEXOS.....	177
Bibliografía.....	199

INTRODUCCIÓN

El presente estudio pretende demostrar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la planificación, organización y coordinación de eventos, ubicada en la ciudad de Luque. La misma además de constituir una oportunidad para emprender una nueva actividad de negocio, ayudará a impulsar el crecimiento económico en el país.

La razón de ser de esta empresa, será brindar un servicio de óptima calidad, satisfaciendo así las necesidades y gustos de sus clientes, los que constituirán la base fundamental del funcionamiento y éxito de la organización.

Además, se busca fomentar e impulsar el fortalecimiento de la actividad de servicio, todo esto obedeciendo cada una de las etapas del estudio y los resultados y pautas que se puedan obtener del mismo y sobre las cuales la empresa se va a desenvolver.

En este sentido, la metodología de la investigación refiere que los resultados de la mencionada actividad sean expuestos de manera lógica y estructurada, por lo que el presente documento responde a esa iniciativa y se organiza de la siguiente manera:

El primer capítulo denominado marco introductorio, expone las pautas preliminares de la investigación, así como la justificación de la misma. También, se detalla los aportes extraídos de la bibliografía consultada y referida al objeto de estudio de este trabajo y, a partir de la contribución personal, se elaboran las definiciones propias.

Por otro lado, el marco metodológico requiere el detalle de las técnicas y características investigativas aplicadas para el efecto, como el enfoque de la investigación, el nivel de conocimiento esperado, el diseño, la descripción de la población y la selección de la muestra, los instrumentos de recolección de datos y el procedimiento de análisis; explicados en estos capítulos. En último lugar, se muestran los estudios principales de un proyecto de inversión, en donde se explican y se demuestran las maneras de demostrar la rentabilidad o no de la empresa, tales como:

Estudio de mercado, a partir de la descripción de la situación económica general y del producto de este proyecto en particular, se analiza la demanda, la oferta, el precio y la comercialización. El mismo, concluye con un resumen resaltando las posibilidades de éxito del proyecto.

Estudio técnico, define la localización de la empresa, describe las obras físicas y los equipamientos necesarios, las mercaderías del stock, la capacidad de ventas, la tecnología utilizada y organización de la misma.

Estudio financiero, expone la inversión inicial y su fuente de financiamiento; los presupuestos de personal, de compras, de ventas, de gastos de funcionamiento, la planilla de ingresos y egresos, los estados contables proyectados y la determinación e interpretación de los índices o ratios.

Estudio económico, define e interpreta los índices que permiten medir la rentabilidad de la empresa; el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), la Relación Beneficio/Costo (B/C), el Periodo de Recuperación del Capital (PRC), la Sensibilidad y el Punto de Equilibrio.

El material concluye explicando la manera en que se logran los objetivos específicos y el objetivo general respondiendo al problema de investigación planteado.