

**Licenciatura en Administración de Empresas**

***“Cabaña Vy`apavẽ S.A.”***

**Alumnas:**

**Barcovich Barrientos, Emilia Monserrath  
Medina Recalde, Silvia Natalia**

**SAN LORENZO – PARAGUAY  
2023**

## INDICE

Resumen.....	1
Introducción.....	3
Capítulo I.....	4
Descripción del proyecto .....	4
1.1 Antecedentes del proyecto .....	4
1.2 Concepto del negocio .....	4
1.3 El producto o servicio a ofrecer.....	5
1.4 Segmentación de clientes.....	5
1.4.1 La segmentación demográfica .....	5
1.4.2 La segmentación geográfica .....	6
1.4.3 La segmentación psicográfica.....	6
1.5. Objetivos generales.....	6
1.6. Objetivos específicos .....	6
Capítulo II.....	7
Estructura jurídica legal.....	7
2.1. Requerimientos Jurídicos .....	7
2.1.2. Nombre o razón social.....	7
2.1.3 Tipo de Sociedad.....	7
2.1.3.1 La sociedad simple.....	7
2.1.3.2 La sociedad colectiva.....	7
2.1.3.3 La sociedad en comandita.....	7
2.1.3.4 La sociedad anónima.....	8
2.1.3.5 La sociedad de responsabilidad limitada .....	8
2.1.3.6 Empresas por Acciones Simplificadas (EAS).....	8
2.2 Aspectos administrativos y legales relacionados para el proceso de apertura y constitución jurídica.....	9
2.2.1 Requisitos generales para sociedades jurídicas.....	9
2.2.2 Redacción de la Escritura de Constitución de la Empresa.....	11
2.2.3 Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones.....	13
2.2.4 Requisitos Matricula De Comerciante .....	15
2.2.5 Rubrica de libros contables .....	17
2.2.5.1 Requisitos.....	18
2.2.6. Inscripción en la dirección de apoyo del ministerio de hacienda (R.U.C.) ....	19
2.2.6.1 Paso a Paso.....	20
2.2.7 Inscripción en el Registro Administrativo de personas físicas y estructuras Jurídicas y el Registro Administrativo de Beneficiarios Finales (Ley 6446/19 .....	26
2.2.7.1 El Registro Administrativo de Personas y Estructuras Jurídicas y Beneficiarios .....	26
2.2.7.2 El Registro Administrativo de Beneficiarios Finales:.....	26
2.2.7.3 Requisitos para inscripción. ....	27
2.2.8 Apertura en la municipalidad involucrada (patentes). ....	28
2.2.8.1 Requisitos:.....	28
2.2.9 Instituto de Previsión Social (I.P.S.).....	29
2.2.9.1 Requisitos:.....	29
2.2.9.2 Requisitos para la inscripción de trabajadores a través del Sistema REI.....	29
2.2.10 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS) .....	30
2.2.10.1 Requisitos.....	30

2.2.11	Dirección de Propiedad Intelectual (registro de marcas)	32
2.2.11.1	Presentación de Solicitud	34
2.2.11.2	Publicación de solicitud	35
2.2.11.3	Oposición/es de terceros	35
2.3	Presupuesto Jurídico Inicial	36
2.4	Obligaciones fiscales, municipales y laborales	37
2.4.1	Obligaciones Fiscales	37
2.5	Formato de documentaciones de la Empresa	38
2.5.1	Recibo de Dinero:	38
2.5.2	Facturas Electrónicas:	39
2.6	Inscripción en la Senatur	41
2.7	Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADES)	43
Capítulo III		46
Investigación de mercados		46
3.1.	Introducción a la Investigación	46
3.2.	Proceso de investigación de mercado	46
3.2.1.	Necesidad de la Información	47
3.2.2.	Especificar los objetivos de la investigación y las necesidades de información	47
3.2.3.	Determinar el diseño de la investigación y las fuentes de datos	50
3.2.3.1.	Investigación exploratoria	51
3.2.3.2.	Investigación concluyente	52
3.2.4.	Procedimiento de recolección de datos	53
3.2.4.1.	Cuestionario estructurado	54
3.2.5.	Diseño de la muestra	70
3.2.5.1	Definir la población	70
3.2.5.2	Identificar el marco muestral	71
3.2.5.3	Determinar el tamaño de la muestra	73
3.2.5.4	Seleccionar un procedimiento de muestreo	73
3.2.5.5.	Seleccionar la muestra	74
3.2.6.	Recolección de los datos	74
3.2.7.	Procesar datos	75
3.2.8.	Analizar datos	75
3.2.9.	Presentar los resultados de la investigación de mercados	107
3.2.10.	Valorización del costo de la investigación de mercados	108
Capítulo IV		109
Lineamiento estratégico		109
4.1	Análisis de Macro-Segmentación	109
4.1.1	Definición de la industria	109
4.1.2	Definición de Mercado	109
4.1.3	Producto Mercado	109
4.2	Declaración de la Misión y Visión	110
4.3	Análisis de la Microsegmentación	110
4.3.1	Análisis	111
4.3.2	Selección	119
4.3.3	Posicionamiento	121
4.3.4.1	La competencia	124
4.4	Análisis de la Demanda	125
4.4.1	Demanda de servicios de consumo	125
4.4.2	Cálculo de la demanda global	125
4.4.3	Mercado potencial absoluto	128

4.4.4	Cuota de mercado .....	129
4.4.5	Demanda de la empresa como objetivo de ventas.....	129
4.5	Estimación de Ventas .....	130
4.5.1	Cálculo de la Estimación de Venta del Proyecto .....	130
4.6	Análisis de la Estructura Competitiva del Sector .....	130
4.6.1	Amenaza de Nuevos Competidores .....	131
4.6.2	Poder de Negociación con los Clientes .....	131
4.6.3	Poder de Negociación con los Proveedores .....	132
4.6.4	Rivalidad entre Competidores .....	132
4.6.5	Amenaza de Productos Sustitutos .....	133
4.6.6	Resumen de las Fuerzas .....	134
4.7	Matriz de las Estrategias de Ansoff.....	135
4.7.1	Estrategia de Penetración de Mercados.....	135
4.7.2	Desarrollo de Nuevos Productos .....	136
4.7.3	Desarrollo de Nuevos Mercados .....	136
4.7.4	Estrategia de Diversificación.....	137
	Capítulo V .....	138
	Plan de marketing.....	138
5.1	Análisis Situacional .....	138
5.1.1	Producto.....	138
5.1.2	Precio.....	139
5.1.3	Plaza .....	140
5.1.4	Promoción .....	140
5.1.5	Procesos internos .....	145
5.1.6	Evidencia Física .....	145
5.1.7	Persona .....	145
5.2	Variables No Controlables .....	147
5.2.1	Consumidores.....	147
5.2.2	Competencia.....	147
5.2.4	Entorno.....	147
5.3	Matriz de Interacciones .....	150
5.3.1	Maxi – Maxi (Fortalezas y Oportunidades) .....	150
5.3.2	Maxi – Mini (Fortalezas y Amenazas).....	151
5.3.3	Mini – Maxi (Debilidades y Oportunidades) .....	152
5.3.4	Mini – Mini (Debilidades y Amenazas).....	152
5.3.5	Matriz FODA .....	153
5.3.6	Objetivos (Marketing) .....	155
5.4	Resumen de inversión del Plan de Marketing.....	165
5.4.1	Resumen de ventas estimadas del plan de marketing.....	165
	Capítulo VI.....	166
	Plan de administración .....	166
6.1.	Estructura Organizacional .....	166
6.1.1.	Organigrama.....	166
6.1.2.	Partes funcionales de la Organización, según el criterio de Henry Mintzberg .....	167
6.1.3.	Tipos de Estructura según Henry Mintzberg.....	169
6.1.4.	Manual de Funciones.....	171
6.1.5.	Manual de Procedimientos .....	180
6.1.6.	Fluxogramas .....	183
6.1.7.	Descripción del Proceso de Recursos Humanos .....	188

6.2.	Localización .....	200
6.3.	Layout.....	203
6.4.	Estructura de costos.....	203
6.4.1.	Recurso Humano .....	204
6.4.2.	Activo Fijo.....	204
6.4.3.	Otros costos administrativos y comerciales .....	204
6.5.	Lineamiento Estratégico.....	204
6.5.1.	Declaración de la Misión.....	204
6.5.2.	Declaración de la Visión .....	204
6.5.3.	Valores.....	204
6.6.	Plan de Administración .....	206
6.6.1.	Análisis Situacional – Matriz FODA .....	206
Capítulo VII .....		223
Análisis del entorno económico .....		223
7.1	Aspecto Económico.....	223
7.1.1	Macroeconómico .....	223
7.1.2	Microeconómico.....	229
Capítulo VIII .....		233
Análisis financiero .....		233
8.1	Cuadro de Inversiones y Financiamiento .....	233
8.1.1	Resumen de Inversiones en Activos Fijos.....	234
8.1.2	Resumen de los Gastos de Pre inversión.....	235
8.2	Cronograma de Inversiones y Financiaciones.....	236
8.3	Depreciaciones y Amortizaciones .....	237
8.4	Servicio de Deuda .....	238
8.4.1	Préstamo a largo plazo .....	238
8.4.2	Préstamo a corto plazo .....	239
8.5	Mano de Obra.....	240
8.6	Cronograma de Producción y Ventas.....	241
8.7	Ingresos por Ventas .....	242
8.8	Costos Totales .....	243
8.8.1	Costos de materias primas e insumos.....	244
8.9	Punto de Equilibrio.....	245
8.10	Capital de Trabajo .....	246
8.11	Estados De Resultados Proyectos Con Financiamiento .....	247
8.12	Estados De Resultados Proyectos Sin Financiamiento .....	248
8.13	Flujos De Caja Proyectos Con Financiamiento.....	249
8.14	Flujos De Caja Proyectos Sin Financiamiento .....	250
8.15	Origen Y Aplicación De Fondos Con Financiamiento .....	251
8.16	Origen Y Aplicación De Fondos Sin Financiamiento.....	252
8.17	Balances Proyectados Con Financiamiento .....	253
8.18	Balances Proyectados Sin Financiamiento.....	254
8.19	Indicadores Financieros.....	255
Conclusión .....		256
Recomendaciones .....		257
Bibliografías .....		258
Anexos.....		261

## RESUMEN EJECUTIVO

Cabaña Vy apave es un plan de negocio para el desarrollo socioeconómico de la ciudad de Piribebuy, la idea nace al ver la necesidad existente en el mercado, pues casi no existen empresas que se dediquen a la dicha actividad en la ciudad.

Para llevar a cabo esta investigación y análisis, se han aplicado los conocimientos obtenidos durante la carrera universitaria.

A continuación, se exponen los puntos más resaltantes de cada capítulo del proyecto:

**Capítulo I- Descripción del proyecto:** En el primer capítulo planteamos todo lo relacionado a la base para el desarrollo, tales como los objetivos, el concepto del negocio y la segmentación acerca del proyecto.

**Capítulo II-Estructura Jurídica Legal:** En el presente capítulo, se desarrolló los tramites que tienen que ver con las bases legales del negocio, los procesos y documentación, duración y costos.

**Capítulo III- Investigación de Mercado:** En el capítulo 3, se determina la realización de objetivos de investigación, seguido de un cuestionario para obtener respuestas hacia el proyecto, para concluir con datos para la realización útil con soporte estadístico.

**Capítulo IV- Lineamiento Estratégico:** En este capítulo se describe el impacto de respuestas de la investigación de mercado, misión, visión y valores de la empresa, el análisis de la estructura competitiva del sector del mercado elegido, se consiguió la evaluación de las estrategias para poder lograr una buena penetración en el mercado con las estrategias adecuadas.

**Capítulo V-Plan de Marketing** En este capítulo se elaboran las estrategias de marketing a ser utilizadas, se comienza a planificar todo lo realizado a la venta de los servicios, y las diferentes estrategias a sumir a nivel de posicionamiento de la empresa.

**Capítulo VI- Plan de Administración:** En el capítulo 6, se establecen los objetivos administrativos de la empresa basados en el ANALISIS FODA y se describe las características de la estructura organizacional, así como el desarrollo de planes para mejorar la gestión interna de la empresa

**Capítulo VII- Análisis de entorno económico:** En el capítulo 7 se lleva a cabo el análisis de la parte económica a nivel país, se estudian la evolución del salario, los aspectos sociales que puedan llegar a afectar al proyecto, el tipo de cambio que existe en el país y el PIB, todos estos análisis ayudan a conocer la situación económica del país y lograr determinar si el proyecto a ser desarrollado en el futuro tendrá posibilidades de ser logrado con éxito a pesar de las condiciones.

**Capítulo VIII- Análisis de entorno económico:** fue desarrollado a fin de determinar la rentabilidad y viabilidad del proyecto, indicar el capital necesario para llevar a cabo la idea del negocio y el rendimiento que tendrá el mismo, en función a la capacidad máxima que tendrá el proyecto.