

Administración de Empresas

“Toro Pampa S.A. - GASUR”

Alumnos:

Cinthia V. Paola Figari González

Yanise María Colmán Martínez

Asunción – Paraguay

2015

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO.....	4
DEDICATORIA.....	6
INTRODUCCION.....	13
RESUMEN EJECUTIVO.....	15
1 IDEA DEL NEGOCIO	17
1.1. Introducción a la Idea del Negocio.....	17
1.2 Objetivos	17
1.2.1 Objetivo General.....	17
1.2.2 Objetivos Específicos.....	18
1.3 Requerimientos Jurídicos.....	18
1.3.1 Nombre o Razón Social.....	18
1.3.2 Aspectos Generales de una Sociedad Anónima.....	18
1.3.3 Formación.....	18
1.3.4 Estatutos	19
1.3.5 Formalidades de Constitución	19
1.3.6 Denominación.....	19
1.3.7 Constitución Procedimiento	20
1.3.8 Administración	20
1.3.9 Responsabilidad de los Directores.....	20
1.3.10 Fiscalización.....	21
1.3.11 Asambleas de Accionistas.....	21
1.3.12 Acciones.....	23
1.3.13 Estado Patrimonial.....	23
1.3.14 Dividendos.....	23
1.4 Proceso de Apertura y legalización de una Sociedad Anónima	24
1.4.1 Escritura de Constitución de Aporte y Capital	24
1.4.2 Inscripciones Registro Público	24
1.4.3 Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones.....	25
1.4.4 Matrícula de Comerciante	25
1.4.5 Inscripción en la Matrícula del Comerciante.....	25
1.4.6 Rubrica de Libros Contables	26
1.4.7 Inscripción en el Ministerio de Hacienda	26
1.4.8 Inscripción Municipal y Solicitud de Patente Comercial	27
1.4.9 Inscripción Patronal - Instituto de Previsión Social	27
1.4.10 Inscripción en el Ministerio de Justicia y Trabajo.....	28
1.4.11. Ministerio de Industria y Comercio.....	29
1.4.12. Secretaria del Ambiente.....	30
1.5 Presupuesto Jurídico.....	31
1.6 Localización	33
1.6.1 Macro Localización	33
1.6.2 Micro Localización.....	34
1.7 Método de los Factores Ponderados.....	35

2 INVESTIGACION DE MERCADO.....	39
2.1 Generalidades del Estudio de Mercado	39
2.2 Planteamiento y Formulación del Problema.....	39
2.2.1 Objetivos.....	39
2.2.2 Tipo de Estudio.....	40
2.2.3 Tipo de Instrumento.....	41
2.3 Objetivos y Requerimientos de Investigación.....	41
2.3.1 Objetivos Cognitivos.....	41
2.3.2 Objetivos Afectivos.....	41
2.3.3 Objetivos Comportamentales	42
2.3.4 Objetivos Sociodemográficos:.....	43
2.4 Diseño de Investigación y Fuentes de Datos.....	43
2.4.1 Investigación Exploratoria.....	43
2.4.2 Investigación Concluyente	46
2.5 Procedimiento de Recolección de Datos.....	47
2.6 Diseño de la Muestra.....	60
2.6.1 Definición de la Población	60
2.6.2 Marco Muestral.....	61
2.6.3 Tamaño de la Muestra	61
2.6.4 Selección del Tipo de Muestreo	62
2.6.5 Recolección de los elementos muestrales.....	62
2.7 Recolección de Datos.....	62
2.8 Procesamiento de Datos	63
2.8.1 Tabulación y Codificación.....	63
2.9 Análisis de los datos.....	63
2.9.1 El Análisis Descriptivo.....	63
2.10 Conclusión de la Investigación.....	73
2.11 Inversión por los Estudios de Investigación de Mercados	74
3 PLAN DE MARKETING.....	76
3.1. Marco Teórico	76
3.2 Macrosegmentación.....	76
3.2.1 Industria.....	77
3.2.2 Mercado.....	78
3.2.3 Producto Mercado.....	79
3.3 Microsegmentación	80
3.4 Análisis de la demanda.....	81
3.4.1 Cuota de Mercado.....	81
3.4.2 Calculo Demanda Global.....	82
3.4.3 Caculo de Mercado Potencial Absoluto	82
3.4.4 Estimación de Ventas	83
3.5 Análisis Situacional.....	84
3.5.1 Análisis de las Variables Controlables.....	84
3.5.2 Análisis de las Variables No Controlables	88
3.6 Matriz FODA	90

3.7	Objetivos	92
3.7.1	Objetivos de Marketing	92
3.7.2	Objetivos de venta	93
3.8	Cuadro Resumen Total de Inversión del Plan de Marketing y Ventas.....	95
3.9	Cuadro de Presupuesto de ventas por mes del 1° Año del Proyecto	96
4	ADMINISTRACION	98
4.1	Lineamiento Estratégico.....	98
4.1.1	Estrategias de competitividad según Igor Ansoff.....	98
4.1.2	Declaración de la Visión.....	101
4.1.3	Declaración de la Misión.....	101
4.1.4	Las 5 fuerzas de Michael Porter	102
4.1.5	Resumen de las Fuerzas Competitivas	105
4.2	Plan de Administración	106
4.2.1.	Análisis Situacional.....	106
4.2.2.	Objetivos	111
4.3	Concepto de Estructura de la Organización	114
4.3.1	Tipos de estructuras.....	117
4.3.2	Organigrama General	120
4.3.3	Diseño Organizacional – Mintzberg.....	121
4.4	Manual de Funciones.....	122
4.4.1	Importancia del Manual de Funciones.....	122
4.4.2	Beneficios y utilidad que tiene un manual de funciones	123
4.5	Manual de Procedimiento.....	134
4.5.1	Utilidad del Manual de Procedimientos	134
4.6	Flujograma	137
4.7	Estrategia de Recursos Humanos	141
4.7.1	Ventajas de la Planificación Estratégica de Recursos Humanos.....	141
4.7.2	Funciones Administrativas de Recursos Humanos.....	142
4.7.3	Presupuesto de Recursos Humanos.....	147
4.8.	Análisis de estructura de compras.....	148
4.8.1	Compra de Activos Fijos.....	148
4.9	Plan de Cuentas.....	149
4.9.1	Finalidades del Plan de Cuentas.....	149
4.9.2	Características del Plan de Cuentas.....	149
4.9.3	Finalidades de la Codificación.....	149
4.9.4	Plan de Cuentas de “Toro Pampa S.A. - GASUR”.....	150
5	ASPECTOS ECONÓMICOS.....	154
5.1	Macroeconomía.....	154
5.2	Producto interno Bruto (PIB)	154
5.3	Balanza comercial (importación/exportaciones)	156
5.4	Comportamiento de la reserva monetaria.....	157
5.5	Superávit o déficit Fiscal.....	157
5.6	Inflación	158
6	ASPECTOS FINANCIEROS.....	160

6.1 Cuadro de Inversiones y Financiamiento	160
6.1.1 Cuadro de Inversiones.....	161
6.1.2 Cronograma de Inversiones y Financiaciones.....	162
6.1.3 Depreciaciones y Amortizaciones	163
6.1.4 Servicio de Deuda.....	164
6.1.5 Mano de Obra	165
6.1.6 Cronograma de Ventas	166
6.1.7 Ingresos por Ventas.....	167
6.1.8 Costos Totales.....	168
6.1.9 Punto de Equilibrio.....	169
6.1.10 Capital de Trabajo	170
6.1.11 Estados De Resultados Proyectos Con Financiamiento	171
6.1.12 Estados De Resultados Proyectos Sin Financiamiento.....	172
6.1.13 Flujos De Caja Proyectos Con Financiamiento.....	173
6.1.14 Flujos De Caja Proyectos Sin Financiamiento	174
6.1.15 Origen Y Aplicación De Fondos Con Financiamiento.....	175
6.1.16 Origen Y Aplicación De Fondos Sin Financiamiento	176
6.1.17 Balances Projectados Con Financiamiento.....	177
6.1.18 Balances Projectados Sin Financiamiento	178
6.1.19 Indicadores Financieros.....	179
CONCLUSION	180
BIBLIOGRAFÍA.....	196

RESUMEN

Tema: “PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA ESTACION DE SERVICIOS EN LA CIUDAD DE LIMPIO CON EL EMBLEMA GASUR”.

CAPITULO I Con la finalidad de elaborar el plan de negocios de la empresa en el capítulo uno se plantea la idea del negocio, se describe los pasos para la creación y constitución de una S.A., también se define la ubicación de la empresa a través del método de factores ponderados para determinar la ubicación estratégica de la estación de servicios denominado “TORO PAMPA S.A. - GASUR.”

CAPITULO II En éste capítulo se muestra en detalle el estudio de mercado realizado, la demanda esperada, la oferta existente, los precios, nombre de la empresa, canal para vender y dar a conocer el servicio.

CAPITULO III En este capítulo se desarrolla el plan de marketing para el mismo se realizó el análisis situacional utilizando la técnica FODA que nos permitió identificar objetivos para el plan de marketing; se estableció las estrategias con su respectivo plan de acción el cual se valorizó y se obtuvo la inversión o costo del plan, dicho monto fue de Gs. 44.800.000 para el primer año del proyecto.

CAPITULO IV En el capítulo cuarto referente a administración se realiza el estudio requerimiento de materiales, recurso humano, se analiza la estructura organizacional se define los manuales de funciones y procedimientos correspondientes.

CAPITULO V El capítulo cinco refiere al aspecto económico, desarrollando los indicadores económicos como producto interno bruto (PIB), balanza comercial entre otras variables relevantes que podrían afectar al proyecto.

CAPITULO VI En éste apartado se realizó la cuantificación de los recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto, así como la evaluación de los resultados obtenidos de los estados financieros a través de técnicas de evaluación financiera (VAN, TIR) a fin de conocer la rentabilidad y viabilidad del proyecto.