

Administración de Empresas

“JAHA!”

Emprendimientos Globales S.R.L.

Fernando Javier Trivero Vargas

Asunción – Paraguay

2016

INDICE

Introducción.....	7
Resumen Ejecutivo.....	8
CAPITULO I	10
INVESTIGACION DE MERCADOS.....	10
Identificar y definir el problema o necesidad.	10
Planteamiento del problema	11
Investigación Explorativa.	16
Investigación Descriptiva.	16
Diseño de la Muestra.....	18
Muestreo probabilístico.....	21
Métodos de muestreo no probabilístico.	23
Recolección de datos.	25
Procesamiento de datos.	29
Análisis de los datos Obtenidos.	30
Resultados de la Investigación.	38
Análisis Económico de Contexto.	39
Elasticidad.	45
Elasticidad de Oferta.	45
Elasticidad de la Demanda.	47
Análisis de la estructura competitiva de Porter.	49
CAPITULO II.....	56
PLANIFICACION EMPRESARIAL	56
Misión:	57
Visión:	57
Valores:	57
Justificación de la selección del tema:	57
Organigrama de la Empresa:	59
Análisis Situacional de la empresa:	59
Listado Plano FODA.	60
Matriz de Interacción.....	61
Localización de la empresa	64
Análisis de Factores ponderados.	64
Método de los Factores Ponderados.	64
Estructura de Mintzberg	67
ESTRUCTURA SIMPLE	67
BUROCRACIA MECANICA	68
BUROCRACIA PROFESIONAL	69
ESTRUCTURA DIVISIONALIZADA	69
ADHOCRACIA	70
Mecanismos de Control	72
Elementos de las Configuraciones.....	74
El	

Organigrama	75
El ápice estratégico.....	75
El núcleo de operaciones.....	75
La línea intermedia	75
La tecno estructura.....	75
El staff de apoyo	75
Manual de Funciones.	78
Manual de Procedimientos	84
Fluxograma	87
Políticas:	93
Reglas:	93
Layout	94
Aspectos Jurídicos de la Empresa	95
Leyes que afectan al Proyecto.	95
Descripción del proceso de inscripción legal de la empresa	98
Acta de Constitución de Sociedad	116
CAPITULO III	122
Plan de Comercialización	122
Marketing Estratégico	122
Análisis de la Macrosegmentación	122
Análisis de la Microsegmentación	124
Estrategias	126
4.5.1 Estrategias según Igor Ansoff.	126
4.5.2 Estrategias según Michael Porter	129
Variables controlables.	132
Las tres nuevas P del Marketing	134
CAPITULO IV	137
Aspectos Financieros	137
CAPITULO V	151
Planificación contable	151
Plan Cuentas Contables	151
Definiciones básicas de contabilidad	158
CAPITULO VI	160
Responsabilidad Social Empresarial.	160
Impacto Ambiental.	162
Impacto Socioeconómico.	165
Impacto Cultural.	166
CAPITULO VII	171
Plan de Expansión Empresarial	171
Plan de Expansión.....	171
Riesgos.....	172
RIESGOS INTERNOS.....	173
RIESGOS EXTERNOS.	173
Riesgos.....	175
RIESGOS INTERNOS.....	176

RIESGOS EXTERNOS.	176
Plan estratégico de salida.....	177
La venta de la organización y de los proyectos.	179
La liquidación total de los activos de la empresa.	179
Conclusión	180
Bibliografía.	182
ANEXOS	183
Reglamento interno de la empresa	183
Proformas para Préstamos Bancarios	205
Contrato de Trabajo.....	209

Resumen

El presente Plan de Negocios pertenece a **JAHA!, Emprendimientos Globales SRL**, empresa dedicada al negocio de aplicativos móviles, del rubro transporte. Está previsto establecer el local en una conocida Avenida de la Ciudad de Asunción, La Avenida Santa Teresa, en el predio del Shopping Paseo La Galería

JAHA!, Emprendimientos Globales SRL, se establece en el rubro de transporte, específicamente ayudará a aguardar el mismo, con la pretensión de ofrecer a sus clientes una experiencia única aguardar en tiempo real que su transporte publico llegue a la parada más cercana, satisfaciendo una necesidad que antes no estaba siendo aprovechada en el mercado, y estará al alcance de todo público.

Su constitución legal corresponde a la enmarcada como Sociedad de Responsabilidad Limitada, con participación de capital propio y de un inversionista

En base a los análisis efectuados identificamos que los usuarios que residen en el barrio estudiado pagarían en promedio de Gs. 10.000 a 15.000 mensuales en la suscripción del aplicativo móvil, obtendremos ventajas competitivas al aliarnos con las telefonías y medios de transporte en el marco de una estrategia de penetración de mercados.

Contemplamos en nuestro proyecto la Innovación en tecnología, sistemas informáticos que permitan un efectivo uso de la aplicación móvil.

Nuestro objetivo inmediato es marcar fuerte presencia y ganar mercado atrayendo al público en general, con la meta de alcanzar una cobertura del mercado del 10% finalizando el primer año y una cobertura del 30% al finalizar el quinto año para lo cual iremos consolidando un equipo de trabajo motivado, involucrado, comprometido con nuestra misión empresarial y nuestros clientes, brindándoles a nuestros empleados la mejor formación profesional y un clima laboral que contribuya al logro de objetivos individuales y de equipo.

El estudio de mercado realizado nos ha relevado que el consumidor objetivo de nuestra empresa está conformado por 49% mujeres y 51% hombres.

A su vez el 70% de las personas que residen en el barrio estudiado tienen un Smartphone y utilizan el transporte público de forma diaria

Para iniciar sus operaciones, **JAHA!, Emprendimientos Globales SRL**, requerirá una inversión de 146.000.000 millones de guaraníes de los cuales 66% será capital propio de la sociedad y 34 % será aportado mediante financiación bancaria.

Acorde a las proyecciones financieras, se espera que, al finalizar el quinto año de operaciones en el mercado, la utilidad después de impuesto ascienda a Gs.2.163.322.606, contándose con una TIR de 45,2% y un VAN de 3.824.423.892, a una tasa de descuento de 14% lo cual nos indica que a los 1 año y 7 días se habrá recuperado la inversión.

Con el presente trabajo llegamos a la conclusión que **JAHA! Emprendimientos Globales SRL**, no solo es un proyecto factible y viable por los guarismos expuestos, sino también porque los cimientos de la empresa están puestos no sólo en el aspecto lucrativo ya que también aspira a convertirse en una empresa con responsabilidad social, que considere no solo los efectos económicos, sino también los sociales y ambientales que sus acciones puedan tener en su comunidad.

Somos plenamente conscientes de que la responsabilidad social supone una nueva forma

de hacer negocios en base a una ética de la responsabilidad, y eso significa no solamente que la empresa cumpla las leyes y pague sus impuestos, sino que se involucre y contribuya activa y voluntariamente al mejoramiento social, económico y ambiental sustentable de su comunidad, colaborando así a la construcción diaria de una mejor sociedad para todos.