

Administración de Empresas

**WebSan's S.R.L.
Servicios Digitales**

José Fernando Sánchez Ortiz

**Asunción - Paraguay
2020**

ÍNDICE

Resumen	13
Introducción	15
Unidad I Descripción del Negocio y Estructura Legal	18
1.1 Denominación	18
1.2. Requerimientos Jurídicos	19
1.2.1. - Nombre o razón social.....	19
1.2.2. Tipo de Sociedad	19
1.2.3. Aspectos administrativos y legales relacionados para el proceso de apertura y constitución jurídica - Según el tipo de sociedad a establecer.....	24
1.2.3.1 Redacción de la Escritura de Constitución de la Empresa.....	24
1.2.3.2 Inscripción en el Registro Público de Comercio.....	25
1.2.3.3 Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y	25
Tabla 1 Costos Escritura Pública e Inscripciones	26
1.2.3.4 Matrícula de comerciante.	26
Tabla 2 Matrícula del Comerciante.....	27
1.2.3.5 Rubrica de libros contables.	27
Tabla 3 Compra de Libros.....	28
Tabla 4 Rubricación de Libros.....	28
1.2.3.6 Inscripción en la dirección de apoyo del ministerio de hacienda (R.U.C.).....	28
Tabla 5 Costos de inscripción en el Registro Único del Contribuyente (RUC) - SET ...	28
1.2.3.7 Inscripción en el Registro Administrativo de personas físicas y	28
1.2.3.8 Apertura en la municipalidad Asunción.....	30
Tabla 6 Costos de Patente Comercial.....	32
Tabla 7 Licencia Comercial	32
1.2.3.9 Instituto de Previsión Social (I.P.S.).	32
Tabla 8 Inscripción en el Instituto de Previsión Social.....	33
1.2.3.10 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS).....	34
Tabla 9 Inscripción en el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.....	36
1.2.3.11 Dirección de Propiedad Intelectual (registro de marcas).	36
Tabla 10 Costo para registrar la marca.....	38
Tabla 11 Costo Total Capítulo I Jurídico.....	38
Unidad II Investigación de Mercados	41
2.1 Definición	41
2.2 El proceso de investigación de Mercados	41
Necesidad de la Información	41
2.2.2 Objetivo General de la investigación- Paso 1 de la investigación	41
2.2.2.1 Objetivos Cognitivo	42
2.2.2.2 Objetivos Afectivo	43
2.2.2.3 Objetivos Comportamentales.....	43
2.2.2.4 Variables que describen a las empresas.	44
2.2.2.5 Objetivos de la Demanda	44
2.2.3 Diseños de la Investigación y Fuente de Datos	45
2.2.3.1. Investigación Exploratoria	46

2.2.3.2. Investigación Concluyente.	46
2.2.4 Procedimiento de elaboración del instrumento de recolección.....	48
2.2.4.1 Cuestionario estructurado.....	57
2.2.5 Diseño de la Muestra.....	63
2.2.5.1 Definir la población.....	63
2.2.5.2 Identificar el marco muestral.....	63
2.2.5.3 Determinar el tamaño de la muestra	63
2.2.5.4 Seleccionar un procedimiento de muestreo	63
2.2.5.5 Seleccionar la muestra	64
2.2.6 Recolección de datos codificación y tabulación	77
2.2.7 Procesamiento de datos.....	82
2.2.8 Analizar datos.....	83
Grafico N° 1 % De los que contratan servicios digitales.....	84
Grafico N° 2 % De satisfacción de los clientes con su proveedor actual.	85
Grafico N° 3 % De clientes que quieren un sistema de protección de datos	86
Grafico N°4 % De clientes que quieren recibir actualizaciones contantes.....	87
Grafico N° 5 % De las variables que prefieren los entrevistados	88
Grafico N° 6 % De clientes que quieren contar con community manager	89
Grafico N° 7 % De las razones por las cuales cambiarían de proveedor.....	90
Grafico N° 8 % De las razones por la cual siguen con su proveedor.....	91
Grafico N° 9 % De los que poseen soporte digital.....	92
Grafico N° 10 % De los proveedores actuales de los entrevistados	93
Grafico N° 11 % De los entrevistados que invierten en recursos digitales.....	94
Grafico N° 12 % De encuestados que cuentan con página web.....	95
Grafico N° 13 % De la frecuencia de inversión digital.....	96
Grafico N° 14 % De donde los entrevistados reciben las promociones.....	97
Grafico N° 15 % De los precios los entrevistados que pagan por el servicio	98
Grafico N° 16 % De la frecuencia de compra del servicio de los entrevistados.....	99
Grafico N° 17 De empresas que realizan servicios digitales	100
Grafico N° 18 % De si reciben los entrevistados un trato especial.....	101
Grafico N° 19 % De si los encuestados reciben una variedad de servicios.....	102
Grafico N° 20 % De paquetes de servicios ofrecidos a los entrevistados.....	103
Grafico N° 21 % De las áreas donde operan los encuestados.....	104
Grafico N° 22 % De los objetivos que representan a los entrevistados.....	105
Grafico N° 23 % De la cantidad de empleados que tienen los entrevistados.....	106
2.2.9. Informe y conclusiones	107
2.2.10 Valorización del costo de la investigación de mercados.	109
Tabla 34 Costos totales de investigación de mercados.....	109
Unidad III Lineamiento Estratégico.....	111
3.1 Análisis de la Macrosegmentación	111
3.2 Análisis de la Microsegmentación.....	112
3.3 Análisis de la demanda.....	117
Tabla 34 Cálculo de la inversión anual promedio de las empresas.....	118
Tabla 35 Inversión promedio por empresas que contratarían el servicio.....	119
Tabla 36 Calculo de la Demanda Global	119

Tabla 37 Calculo del Mercado Potencial	119
Tabla 38 Calculo del Mercado Potencial Absoluto.....	120
Tabla 39: Cuota de mercado.....	120
Gráfico 24: Estructura de la Demanda Global.	121
3.3.1 Demanda de la Empresa.....	122
Tabla 40 Proyección de ventas del 1 al 5 año	122
Tabla 41 Cronograma de Producción.....	122
Tabla 42 Cronograma de ventas.....	123
Tabla 43 Ingreso por Ventas.	124
Tabla 44 Presupuesto de Ventas mes por mes del primer año-primer semestre.	125
Tabla 45 Presupuesto de Ventas mes por mes del primer año-segundo semestre.....	126
3.4 Análisis de la 5 fuerza competitiva de Porter.....	126
3.5 Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff, explique cada una de ellas con enfoque sobre su proyecto, seleccione una y justifique la seleccionada ya que es la que se va a implementar en la fase de introducción de su proyecto.....	132
Unidad IV Plan de Marketing	137
4.1 Plan de Marketing	137
4.1.1. Análisis Situacional	137
Tabla 46 Matriz de interacción Maxi-Maxi	152
Tabla 47 Matriz de interacción Maxi-Mini.....	153
Tabla 48 Matriz de interacción Mini-Maxi.....	154
Tabla 49 Matriz de interacción (Mini-Mini).....	155
4.1.2. Objetivos.....	158
4.1.3. Estrategias.....	159
4.1.4. Planes de Acción.....	159
Unidad V Plan de Administración	174
5.1. Lineamiento estratégico (Ápice estratégico)	174
5.1.1. Declaración de la Visión.....	174
5.1.2. Declaración de la Misión	175
5.2. Plan de administración (Dirección Media).....	175
5.2.1. Análisis Situacional – Matriz FODA.....	176
Tabla 50 Matriz de interacción Maxi-Maxi	182
Tabla 51 Matriz de interacción Maxi-Mini.....	183
Tabla 52 Matriz de interacción Mini-Maxi.....	183
Tabla 53 Matriz de interacción (Mini-Mini).....	184
5.2.2. Objetivos.....	187
5.2.3. Estrategias.....	188
5.2.4. Planes de acción.....	188
5.3 Estructura Organizacional.....	195
5.3.1. Organigrama	195
5.3.2. Layout	199
5.3.3. Manual de Funciones.....	203
5.3.4. Manual de procedimientos.....	213
5.3.5. Flujogramas	219
5.3.6. Recursos Humanos	225

5.4 Análisis de estructura de costos.....	229
5.5 Plan de Cuentas.....	232
5.6 Aspecto Económicos.....	237
5.6.1 Mercado Global	237
5.6.2 Mercado Potencial	237
5.7 Diseño de investigación, preparación y trabajo de campo	237
5.7.1 Producto Interno Bruto	237
5.7.2 Inflación	238
5.7.3 Índice de pobreza	239
5.7.4 Evolución del tipo de cambio	240
5.7.5 Índice de desempleo.....	240
5.7.6 Índice de analfabetismo	241
5.7.7 Valoración del Salario Mínimo Legal.....	242
Unidad VI Cuadros Financieros	247
Cuadro 1 – INVERSIONES.....	247
Cuadro 1.a RESUMEN DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS.....	248
Cuadro 1.b RESUMEN DE LOS GASTOS DE PREINVERSIÓN	249
Cuadro 2 - CRONOGRAMA DE INVERSION Y FINANCIAMIENTO	250
Cuadro 3 - DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	251
Cuadro 4 - SERVICIO DE DEUDA.....	253
Cuadro 5 - MANO DE OBRA.....	255
Cuadro 6 - CRONOGRAMA DE PRODUCCION Y VENTAS.....	257
Cuadro 7 - INGRESOS POR VENTAS.....	259
Cuadro 8 - COSTOS TOTALES.....	260
Cuadro 9 - PUNTO DE EQUILIBRIO	262
Cuadro 10 - CAPITAL DE TRABAJO.....	263
Cuadro 11 - ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTOS CON FINANCIAMIENTO	265
Cuadro 12 - ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTOS SIN FINANCIAMIENTO	267
Cuadro 13 - FLUJOS DE CAJA PROYECTOS CON FINANCIAMIENTO.....	269
Cuadro 14 - FLUJOS DE CAJA PROYECTOS SIN FINANCIAMIENTO.....	271
Cuadro 15 - BALANCES PROYECTADOS CON FINANCIAMIENTO	273
Cuadro 16 - BALANCES PROYECTADOS SIN FINANCIAMIENTO	275
Cuadro 17 -INDICADORES FINANCIEROS	277
Conclusión	279
Bibliografía	280

RESUMEN

Un plan de negocios es una guía para el emprendedor o empresario. Se trata de un documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias que serán implementadas, tanto para la promoción como para la fabricación, si se tratara de un producto. De esta manera, el plan de negocios es un instrumento que permite comunicar una idea de negocio para venderla u obtener una respuesta positiva por parte de los inversores.

El objetivo de este proyecto es satisfacer una necesidad antes descrita a través del desarrollo de un plan de negocios que detalle los procedimientos para lograr dicho efecto. WebSan's será una organización especializada en ofrecer servicios digitales a pequeñas, medianas y grandes empresas, ubicada sobre la calle Pitiantuta 913 c/ Libertad del barrio Jara de la ciudad de Asunción.

El mercado al que se dirige este proyecto comprende a las empresas pequeñas, medianas y grandes de Asunción y gran asunción que tengas entre 1 a 5 años de existencia.

Teniendo como Visión ser una de las empresas líderes del sector de servicios digitales, siendo nuestro servicio personalizado de programas y páginas web, y el community manager nuestra marca diferenciada.

Y una Misión de ser una organización dedicada a los servicios digitales, que ofrecerá servicios de calidad, mediante el trabajo honesto y puntual, con el objetivo de brindar un servicio diferente y personalizado.

La empresa está formada por personas altamente capacitadas para realizar los servicios de manera eficaz, donde la toma de decisiones será tomada por el Gerente General previa consulta con el jefe de cada área.

Para realizar este plan de negocio, hemos propuesto unos pasos que determinaran la factibilidad y viabilidad económica de desarrollar este tipo de proyectos. Entre ellos se destacan una evaluación del mercado de manera general tanto externo como interno. Se presentarán planes operacionales, comerciales y la capacidad de recursos humanos que se necesitan para el éxito de un proyecto de este tipo.

Y finalmente según las estimaciones de ventas a lo largo de 5 años que se decidió evaluar este proyecto, los resultados confirman la factibilidad de este emprendimiento, es económicamente viable,

teniendo de resultado de la VAN 325.315.931 Gs. con una TIR de 88% y se estima la recuperación en 1 año, 9 meses y 21 días.

Se concluye que el proyecto de crear una empresa de servicios digitales es viable tanto operativa como financieramente.