

Licenciatura en Administración de Empresas

“CEFORAL S.R.L”

Alumna:

Karen Diana Ramírez Acuña

SAN LORENZO – PARAGUAY

2021

INDICE

| | |
|--|----|
| INDICE DE TABLAS | 12 |
| INDICE DE GRAFICOS | 15 |
| INTRODUCCIÓN | 17 |
| EL SERVICIO A OFRECER | 19 |
| OBJETIVOS GENERALES | 20 |
| OBJETIVOS ESPECIFICOS | 20 |
| RESUMEN EJECUTIVO | 21 |
| CAPITULO I | 23 |
| REQUERIMIENTOS JURÍDICOS | 24 |
| Razón social | 24 |
| Tipos de sociedades | 24 |
| Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.) | 25 |
| Aspectos Administrativos y Legales – S.R.L | 26 |
| Escritura de Constitución de la Empresa | 26 |
| Depósito de garantía en un Banco Oficial | 33 |
| Dirección General de los Registros Públicos | 34 |
| Publicación en gaceta oficial | 35 |
| Rúbrica de libros contables, laborales y societarios | 36 |
| Abogacía del Tesoro | 37 |
| Matricula del Comerciante | 38 |
| Ministerio de Hacienda | 38 |
| S.E.T (Subsecretaria de Estado de Tributación) | 38 |
| Registro Administrativo de personas físicas y estructuras Jurídicas - Registro | |
| Administrativo de Beneficiarios Finales | 39 |
| Municipalidad de San Lorenzo | 40 |
| I.P.S (Instituto de Previsión Social) | 40 |
| M.T.E.S.S. (Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social) | 41 |
| DINAPI (Dirección Nacional de Propiedad Intelectual) | 42 |
| Leyes De la sociedad de responsabilidad limitada | 45 |
| Presupuesto jurídico inicial | 49 |
| CAPITULO II | 50 |
| INVESTIGACIÓN DE MERCADOS | 51 |
| Justificación de la necesidad de información | 51 |
| El Proceso de investigación de mercados | 52 |
| Necesidad de información | 52 |
| Objetivos y necesidades de información | 53 |
| Objetivo general de la Investigación de Mercado: | 53 |
| Objetivos Específicos de la Investigación de Mercado | 53 |
| Objetivos característicos de la empresa / descriptivo | 54 |
| Objetivos cognitivos: | 54 |
| Objetivos Afectivos: | 55 |
| Objetivos Comportamentales | 55 |
| Objetivos de la demanda | 56 |
| Objetivos de la demanda global | 56 |
| Objetivos del mercado potencial absoluto | 56 |
| Objetivos de la cuota de mercado | 57 |
| Determinar el diseño de la investigación y las fuentes de datos | 57 |
| Investigación Exploratoria | 57 |
| Grupo Focal | 58 |
| Investigación Concluyente: | 59 |
| Desarrollar el procedimiento de recolección de datos | 61 |
| Requerimientos de la investigación | 62 |
| Cuestionario estructurado | 69 |

| | |
|--|-----|
| Diseño de la muestra | 72 |
| Marco Muestral | 73 |
| Tamaño de la Muestra. | 73 |
| Diseño de la muestra. | 74 |
| Selección del Tipo de Muestreo | 74 |
| Muestreo Probabilístico | 74 |
| Muestreo No Probabilístico | 78 |
| Procedimiento de selección de la muestra. | 83 |
| Procesamiento y Análisis de datos. | 86 |
| Libro de códigos | 86 |
| Tabulación | 89 |
| Análisis de datos gráficos | 91 |
| Conclusión de la Investigación de Mercados. | 104 |
| Valorización del costo de la investigación de mercado. | 105 |
| CAPITULO III | 106 |
| LINEAMIENTO ESTRATÉGICO | 107 |
| Análisis de la macro-segmentación | 107 |
| Mercado de referencia | 107 |
| Conceptualización del Mercado de Referencia | 107 |
| Análisis del micro-segmentación | 109 |
| Ciclo de vida del producto | 109 |
| Las cuatro etapas y sus consideraciones particulares son las siguientes | 110 |
| Introducción: | 111 |
| Crecimiento: | 111 |
| Madurez | 111 |
| Declive: | 111 |
| Análisis de la demanda | 112 |
| Demanda global | 112 |
| Calculo de la demanda global | 112 |
| Inversión promedio anual sobre 60 empresas/independiente: | 113 |
| Demanda Global | 113 |
| Cálculo del Mercado Potencial Absoluto (techo de mercado) | 114 |
| Estimación de Ventas. | 115 |
| Cálculo de Estimación de Venta – 1º Año | 115 |
| Cálculo de la Estimación de Ventas del Proyecto. | 116 |
| Análisis de la Cuota de Mercado | 117 |
| Análisis de la estructura competitiva del sector según Michael Porter | 118 |
| Rivalidad entre los competidores | 120 |
| Amenaza de entrada de nuevos competidores | 121 |
| Amenaza de ingreso de productos sustitutos | 123 |
| Poder de negociación de los proveedores | 124 |
| Poder de negociación de los compradores | 126 |
| Resumen de las 5 Fuerzas de Porter | 128 |
| La Matriz de Ansoff | 129 |
| Estrategia de penetración de mercados. | 129 |
| Estrategia de desarrollo de nuevos mercados. | 130 |
| Estrategia de desarrollo de nuevos productos. | 130 |
| Estrategia de diversificación. | 130 |
| CEFORAL - Estrategia de Penetración de Mercado | 131 |
| CAPITULO IV | 132 |
| PLAN DE MARKETING | 133 |
| Análisis Situacional | 133 |
| Análisis interno. | 134 |
| Análisis situacional Interno (Fortaleza y Debilidades) de las variables controlables de: | 134 |
| Análisis externo. | 134 |

| | |
|--|-----|
| Variables Controlables del análisis situacional interno. | 135 |
| Producto | 135 |
| Precio | 138 |
| Plaza | 139 |
| Promoción | 140 |
| Procesos internos | 141 |
| Personas | 143 |
| Evidencias o prueba física | 143 |
| LISTADO PLANO | 144 |
| Variables controladas | 146 |
| Variables no controlables | 148 |
| Matriz Interacción | 148 |
| MATRIZ FODA | 151 |
| FUENTE DE OBJETIVOS | 154 |
| Objetivo 1° | 155 |
| Objetivo 2° | 158 |
| CAPITULO V | 161 |
| PLAN ADMINISTRATIVO | 162 |
| Lineamiento estratégico (Ápice estratégico) | 162 |
| Misión | 162 |
| Visión | 162 |
| Plan de administración. | 162 |
| Análisis Situacional – Matriz FODA | 163 |
| Variables Controlables | 163 |
| Variables No Controlables | 167 |
| Variables Controlables | 169 |
| Variables no Controlables. | 170 |
| Matriz de Interacción | 171 |
| MATRIZ FODA - ADMINISTRATIVO | 173 |
| Cuadro – Mano de obra | 183 |
| Estructura Organizacional | 184 |
| Organigrama | 184 |
| Organigrama según Henry Mintzberg | 186 |
| Gestiones administrativas para la constitución | 189 |
| Plan fiscal, municipal y laboral | 190 |
| Formato de documentaciones de la empresa | 192 |
| LAYOUT CEFORAL S.R.L | 194 |
| LISTADO DE ACTIVOS | 196 |
| Manual de Funciones. | 198 |
| Manual de Procedimientos. | 207 |
| Fluxograma | 211 |
| PLAN DE CUENTAS | 217 |
| CAPITULO VI | 221 |
| ASPECTO ECONOMICO | 222 |
| CAPITULO VII | 233 |
| PLAN FINANCIERO | 234 |
| CUADRO 1 - INVERSIONES | 234 |
| CUADRO 1 .a - RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS | 235 |
| Cuadro 1.b - RESUMEN DE LOS GASTOS DE PREINVERSION | 236 |
| Cuadro 2 - CRONOGRAMA DE INVERSION Y FINANCIAMIENTO | 237 |
| Cuadro 3 - DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES | 238 |
| Cuadro 4 - SERVICIO DE DEUDA | 239 |
| Cuadro 5 - MANO DE OBRA | 240 |
| Cuadro 6 - CRONOGRAMA DE PRODUCCION Y VENTAS | 241 |
| Cuadro 7 - INGRESOS POR VENTAS | 242 |

| | |
|--|-----|
| Cuadro 8 - COSTOS TOTALES | 243 |
| Cuadro 9 - PUNTO DE EQUILIBRIO | 244 |
| Cuadro 10 - CAPITAL DE TRABAJO | 245 |
| Cuadro 11 - ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTOS CON FINANCIAMIENTO | 246 |
| Cuadro 12 - ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTOS SIN FINANCIAMIENTO | 247 |
| Cuadro 13 - FLUJOS DE CAJA PROYECTOS CON FINANCIAMIENTO | 248 |
| Cuadro 14 - FLUJOS DE CAJA PROYECTOS SIN FINANCIAMIENTO | 249 |
| Cuadro 15 - ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS CON FINANCIAMIENTO | 250 |
| Cuadro 16 - ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS SIN FINANCIAMIENTO | 251 |
| Cuadro 17 - BALANCES PROYECTADOS CON FINANCIAMIENTO | 252 |
| Cuadro 18 - BALANCES PROYECTADOS SIN FINANCIAMIENTO | 253 |
| Cuadro 19 -INDICADORES FINANCIEROS | 254 |
| CONCLUSIÓN | 255 |
| BIBLIOGRAFIA | 256 |
| ANEXOS | 257 |

RESUMEN EJECUTIVO

Tema: “PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE OFRECE SERVICIOS DE CAPACITACION Y FORMACION LABORAL, ESTARA LOCALIZADA EN LA CIUDAD DE SAN LORENZO”

Este documento se encuentra organizado en seis capítulos.

En el **Capítulo I**, contiene el Requerimientos Jurídicos y la descripción de la empresa, explicando su forma jurídica, localización y todos los aspectos jurídicos que habrá de tenerse en cuenta para su puesta en marcha. Al final de este capítulo se presenta el presupuesto jurídico inicial para la constitución de la empresa en una Sociedad de Responsabilidad Limitada así como el plan fiscal a cumplir por CEFORAL S.R.L.

En el **capítulo II**, se realiza la investigación de mercado en la cual se describe, de manera detallada los nueve pasos de la investigación de mercado y de esta manera determinar la aceptación del servicio y productos a ofrecer por CEFORAL S.R.L.

El **capítulo III** se describe el plan de marketing, al realizar un análisis situacional para identificar los objetivos al que se dirige la empresa y de esta manera definir las estrategias y el plan de acción que la empresa llevará a cabo para darse a conocer.

En el **Capítulo IV**, se determinan las áreas a nivel administrativo, y la estructuración del organigrama de CEFORAL S.R.L., se observará la estructura organizativa, personal necesario, funciones y salarios de cada uno de ellos. También se desarrolla todo lo relacionado al manual de funciones y procedimiento de la empresa.

Por otra parte, en el **capítulo V**, se detallan las principales características macroeconómicas, como ser Producto Interno Bruto, Inflación, Balanza Comercial, Tasa de desempleo entre otros puntos importantes que afectan al proyecto.

Y por último en el **capítulo VI** se desarrollan todos los análisis financieros del proyecto para determinar la viabilidad y rentabilidad de la misma y así disminuir los riesgos de la inversión.