

**Administración de Empresas**

***Atuendos Folclóricos del Paraguay “Tu Esencia S.R.L”***

**Teresa Catalina Lezme Santacruz**

**Asunción – Paraguay**

**2015**

## INDICE

Introducción .....	- 1 -
Objetivos .....	- 2 -
Objetivo General .....	- 2 -
Objetivos Específicos.....	- 2 -
Capítulo I-	
Concepto del Negocio.....	- 5 -
1.1. Descripción de la empresa.....	- 5 -
1.2.1. Visión de una empresa .....	- 6 -
1.2.1.1. Importancia de la visión .....	- 6 -
1.2.1.2. Visión de “Tu Esencia S.R.L” .....	- 7 -
1.2.2. Misión de una empresa .....	- 7 -
1.2.2.1. Características de una misión.....	- 7 -
1.2.2.2. La importancia de la misión .....	- 7 -
1.2.2.3. Misión de “Tu Esencia S.R.L” .....	- 8 -
1.2.3. Valores de una empresa .....	- 8 -
1.2.3.1. Importancia de los valores en una empresa.....	- 9 -
1.2.3.2. Valores de “Tu Esencia S.R.L”.....	- 10 -
1.2.4. Objetivos de una Empresa .....	- 11 -
1.2.4.1. Tipos de objetivos .....	- 12 -
a. Objetivos generales.....	- 12 -
b. Objetivos específicos.....	- 13 -
c. Objetivos estratégicos.....	- 14 -
d. Objetivos tácticos.....	- 14 -
e. Objetivos operacionales.....	- 14 -
f. Objetivos de largo plazo .....	- 14 -
g. Objetivos de mediano plazo .....	- 15 -
h. Objetivos de corto plazo.....	- 15 -
1.2.4.2. Objetivos de “TU ESENCIA S.R.L” .....	- 15 -
1.3. LOCALIZACION .....	- 15 -
1.3.1. Macro Localización: .....	- 18 -
1.3.2. Micro Localización: .....	- 18 -
1.3.3. Método de los Factores Ponderados .....	- 20 -
1.3.4. Puntuaciones de las distintas alternativas .....	- 21 -
1.4. Ventaja Competitiva - (PORTER).....	- 22 -
1.4.1. Tipos Básicos de Ventaja Competitiva .....	- 23 -
1.4.1.1. Liderazgo por costos .....	- 23 -
1.4.1.2. Diferenciación .....	- 23 -
1.4.1.3. Enfoque .....	- 24 -
1.4.1.4. Pegado en el centro .....	- 24 -
1.4.1.5. Ventaja Competitiva.....	- 24 -
La ventaja competitiva que colocara a la organización por encima de las demás es el “ENFOQUE”.....	- 24 -

1.4.1.5.1. Atención al Cliente:.....	- 25 –
1.4.1.5.2. Tiempo de Respuesta a las Necesidades del Cliente:.....	- 25 –
Capítulo 2- Aspectos Jurídicos.....	- 27 –
2. Proceso de apertura del Negocio.....	- 27 –
2.1. Escritura De Constitución .....	- 27 –
2.1.1. Acta de constitución de la Sociedad.....	- 27 –
Capítulo 3- Aspectos Económicos .....	- 40 –
3.1.2. Descripción teórica:.....	- 40 –
3.2.3. Producto Interno Bruto (PIB).....	- 43 –
3.2.4. Variación del dólar.....	- 43 –
3.2.5. Tasa de Inflación.....	- 44 –
3.2.6. Variación del salario mínimo.....	- 44 –
3.3. Microeconomía.....	- 44 –
3.3.1. Herramientas de la microeconomía .....	- 45 –
3.3.1.1. Teoría del consumidor.....	- 45 –
3.3.1.2. Teoría de la demanda .....	- 45 –
3.3.1.3. Teoría del productor.....	- 46 –
3.3.1.4. Teoría del equilibrio general .....	- 46 –
3.3.1.5. Teoría de los mercados de activos financieros.....	- 46 –
3.3.1.6. Últimos aportes .....	- 47 –
3.3.1.7. Teoría de la elección racional.....	- 47 –
3.3.1.8. Indicadores económicos.....	- 47 –
3.3.1.9. Conocimientos prácticos y aplicables.....	- 48 –
3.4. Elasticidad de Oferta .....	- 48 –
3.5. Elasticidad de la Demanda .....	- 52 –
3.5.1. Factores que determinan que una demanda sea elástica o inelástica .....	- 54 –
3.5.2. Valor económico de las transacciones y elasticidad-precio de la demanda.....	- 55 –
Capítulo 4 - Aspectos Administrativos .....	- 59 –
4. Estructura organizativa.....	- 59 –
4.1. Tipos de organigrama.....	- 60 –
4.1.1. Método de jerarquización o escalonamiento simple .....	- 60 –
4.1.2. Método de comparación por factores.....	- 61 –
4.1.3. Método de Evaluación por puntos.....	- 63 –
4.1.4. Organigrama según Henry Mintzberg .....	- 65 –
4.1.5. Núcleo operativo:.....	- 66 –
4.1.6. El Ápice estratégico. ....	- 66 –
4.1.7. El núcleo operativo .....	- 67 –
4.1.8. La estructura técnica o tecnoestructura.....	- 67 –
4.1.9. Staff de Apoyo:.....	- 68 –
4.1.10. Las Configuraciones Estructurales según Henry Mintzberg. Se plantean 5 configuraciones que son:.....	- 69 –
4.1.10.1. Estructura Simple .....	- 70 –
4.1.10.2. Burocracia Mecánica.....	- 70 –
4.1.10.3. Burocracia Profesional .....	- 71 –
4.1.10.4. Estructura Divisionalizada .....	- 72 –

4.1.10.5. Adhocracia .....	- 73 -
4.2. Estrategias de recursos humanos.....	- 76 -
4.2.1. Ventajas de la Planificación Estratégica de Recursos Humanos.....	- 77 -
4.2.2. Condiciones que debe cumplir la planificación estratégica de Recursos Humanos: .....	- 77 -
4.2.3. Estrategias de recursos humanos estrategias de Recursos Humanos y rendimiento empresarial .....	- 78 -
4.2.4. Estrategia corporativa .....	- 78 -
4.3. Manual de Organización y Funciones:.....	- 81 -
4.3.1. La ficha ocupacional La ficha ocupacional.....	- 82 -
MANUAL DE FUNCIONES.....	- 84 -
4.2.5. Manual de Procedimientos.....	- 86 -
4.3. Flujograma.....	- 89 -
4.4. Definiciones de Contabilidad: .....	- 94 -
4.4.1. Contabilidad:.....	- 94 -
4.4.2. Funciones Básicas:.....	- 95 -
4.4.3. Principios Básicos:.....	- 96 -
Capítulo 5- Análisis de Mercado.....	- 99 -
5.1. Investigación de mercado.....	- 99 -
5.1.1. Identificar y definir el problema u oportunidad .....	- 99 -
5.1.2. Objetivos de la investigación de mercado.....	- 99 -
5.2. Diseño de la Investigación: .....	- 100 -
5.2.1. Método de recolección, procesamiento y análisis de datos:.....	- 100 -
5.2.2. Muestra.....	- 101 -
5.2.4. Marco Muestral .....	- 101 -
5.2.5. Tamaño de la muestra .....	- 101 -
5.2.6. Muestreo.....	- 103 -
5.2.7. Procedimiento de recolección de datos.....	- 103 -
5.2.8. Procesamiento de los datos .....	- 104 -
5.4. Resultado de la Investigación:.....	- 107 -
5.4.1. Principales Competidores: .....	- 108 -
Competencia Potencial.....	- 110 -
Capítulo 6 - Plan de Marketing .....	- 115 -
6. Plan de Marketing .....	- 115 -
6.1. Análisis FODA.....	- 115 -
6.4. Estrategias según Michael Porter.....	- 119 -
Consideraciones: .....	- 120 -
6.5. Marketing Operativo .....	- 121 -
Capítulo.7 - Aspectos Operacionales.....	- 126 -
7. Aspectos Operacionales .....	- 126 -
7.1. Organigrama del Sector de Ventas.....	- 127 -
7.2.1. Lista de Proveedores de “Tu Esencia S.R.L” .....	- 128 -
Capítulo 8. Responsabilidad Social.....	- 131 -
8. La responsabilidad social .....	- 131 -
8.1. Impacto ambiental.....	- 132 -

8.2. Impacto socioeconómico.....	- 133 -
8.3. Impacto cultural.....	- 134 -
8.4. Aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto.....	- 134 -
Capítulo 9 - Plan de Expansión .....	- 137 -
9. Plan de Expansión .....	- 137 -
Bibliografía.....	- 152 -

## RESUMEN

El proyecto consiste en una empresa, que adopta la forma de S.R.L., con un capital social de treinta millones de guaraníes, con el objeto de comercializar atuendos típicos, se adopta para su localización el barrio Santa María, de la ciudad de Asunción entre tres opciones posibles.

La inversión inicial será de 93.994.000, siendo la inversión más grande la compra de un vehículo de 25.000.000 para el traslado de la mercadería y para ser utilizado en el servicio de *delivery*, fundamental atractivo de la empresa ya que luego del estudio de mercado se llegó a que la principal necesidad es la respuesta rápida y la agilidad.

El 19% de esta inversión inicial será financiada por un banco de plaza, a una tasa de interés de 20%.

Se pretende iniciar a un 75% de la capacidad, llegando al año 5 a vender el 100% que consiste en 26.600 prendas, divididas en cinco líneas, polleras, typois, pantalones, camisas y accesorios, consistente en rosarios, peinetas, pañuelos, canastos, botellas, cantaros, trenzas postizas y otros, cuyos costos se promediaron para el análisis financiero. En cuanto al aspecto económico se considera rentable el proyecto aun sin financiación, obteniendo una TIR de 52%, superior a la tasa de corte y con respecto a lo financiero es igualmente rentable con financiación, resultando la TIR 57%, también superior a la tasa de corte.