

Administración de Empresas

FOCUS S.R.L.

Natalia Giménez Durand

Asunción - Paraguay

2017

ÍNDICE

Agradecimientos	2
Dedicatoria	3
Índice	4
Introducción	10
Resumen Ejecutivo	11
Glosario	13
CAPITULO 1 - CONCEPTO DEL NEGOCIO	
1. Descripción de la Empresa	21
2. Visión	21
3. Misión	21
4. Valores	22
5. Objetivos	23
5.1 Objetivos Generales	23
5.2 Objetivos Específicos	23
6. Localización	24
6.1 Macrolocalización	24
6.2 Microlocalización	25
6.3 Factores Ponderados	26
CAPITULO 2 - ASPECTOS JURIDICOS	
1. Procesos de Apertura	27
1.1 Modelo de Acta de Constitución de Sociedad	28
2. Leyes que afectan a la Empresa	33
3. Plan Fiscal	33
4. Presupuesto Jurídico Inicial	34
CAPITULO 3 - ASPECTOS ECONÓMICOS	
1. Macroeconomía	35
1.1 Tasa de Desempleo	38
Conclusión	40
1.2 Producto Interno Bruto - PIB	41
Conclusión	43
1.3 Variación del Dólar	44
1.3.1 Tipo de Cambio Nominal vs Tipo de Cambio Real	45
1.3.2 Factores que Influyen en el Tipo de Cambio	46
Conclusión	49
1.4 Tasa de Inflación	50
1.4.1 Situación Actual	53
Conclusión	54
1.5. Variación del Salario Mínimo	55
Conclusión	58
1. Microeconomía	60

2.1 Elasticidad	60
2.2 Elasticidad de la Demanda	61
2.3 Elasticidad de la Oferta	64
CAPITULO 4 - ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	
1. Estructura Organizativa	65
1.1 Organigrama de la Empresa	65
1.1.1 Ventajas	66
1.1.2 Desventajas	66
1.2 Organización según Henry Mintzberg adaptado a la Empresa	67
1.2.1 Derivación de las Configuraciones	68
1.2.2 Configuraciones Estructurales según Henry Mintzberg	69
1.2.3 Características de la Estructura Simple adaptada a la Empresa	70
1.2.4 Posibles Problemas de ajustes Estructurales en Estructuras Simples	70
2. Estrategias de R.R.H.H.	71
2.1 Procesos de Reclutamiento de Personal	71
2.1.1 Perfil de las personas a ser Contratadas	71
2.1.2 Búsqueda, Reclutamiento o Convocatorias de los Postulantes	72
2.1.3 Evaluación de los Postulantes	72
2.2 Proceso de Selección	74
2.3 Contratación	74
2.4 Inducción y Socialización	75
2.5 Adiestramiento y capacitación	75
2.6 Políticas de Retiro	76
3. Manual de Organizaciones y Funciones	77
3.1 Manual de Procedimientos	108
3.2 Descripción del Proceso	109
3.3 Fluxograma	111
4. Layout	114
4.1 Planos de Distribución	114
4.2 Planos Montados	115
4.3 Fachada Exterior	116
CAPITULO 5 - ANALISIS DE MERCADO	
1. Identificar y Definir el Problema u Oportunidad	117
2. Objetivos de la Investigación de Mercado	117
3. Diseño de la Investigación	118
3.1 Investigación Exploratoria	118
3.2 Investigación Descriptiva	120
4. Método de Recolección, Procesamiento y Análisis de Datos	120
4.1 Modelo de Cuestionario	121
5. Diseño de la Muestra	122
6. Recolección de Datos	123

7. Procesamiento de Datos _____	124
8. Análisis de Datos _____	125
9. Resultados de la Investigación _____	128
10. Principales Competidores _____	129
11. Análisis de la Estructura del Sector _____	131
11.1 Competencia Potencial _____	131
11.2 Competencia Actual, Rivalidad entre Empresas _____	132
11.3 Poder de los Proveedores _____	133
11.4 Poder de los Clientes _____	133
11.5 Productos Sustitutos _____	134
Resumen _____	135
CAPITULO 6 - PLAN DE MARKETING	
1. Análisis F.O.D.A. _____	136
2. Marketing Estratégico _____	138
2.1 Estructura según Igor Ansoff _____	138
2.2 Estrategias según Michael Porter _____	140
3. Marketing Operativo _____	141
CAPITULO 7 - ASPECTOS OPERACIONALES	
1. Aspectos Fundamentales _____	143
1.1 Organigrama del Sector Productivo _____	144
1.2 Descripción del Proceso _____	145
2. Principales Proveedores _____	146
CAPITULO 8 - RESPONSABILIDAD SOCIAL	
1. Concepto _____	148
1.1 Tipos de Grupos de Interés en la RSE _____	149
1.2 Dimensiones de Interés de la RSE _____	150
2. Impacto Ambiental _____	151
2.1 Tipos de Daño Ambiental _____	152
2.2 Grados de Impacto Ambiental _____	152
3. Impacto Socioeconómico _____	155
4. Impacto Cultural _____	156
5. Aspectos Éticos de la Sustentabilidad del Proyecto _____	157
5.1 Código Ético de Conducta _____	158
CAPITULO 9 - PLAN DE EXPANSIÓN	
1. Fases de las Etapas de una Empresa _____	161
2. Posibilidades Estratégicas de Expansión _____	163
3. Riesgos Internos y Externos de Expansión _____	164
3.1 Riesgos Internos _____	166
3.2 Riesgos Externos _____	167
3.3 Herramientas y Técnicas para Identificación del Riesgo _____	168
3.4 Barreras de Salida _____	168

4. Imagen de Marca _____	170
4.1 Logotipo _____	170
5. Mapa de Riesgo _____	175
CAPITULO 10 - ASPECTOS FINANCIEROS	
1. Cuadro 1 - Inversiones Necesarias y Financieras _____	176
2. Cuadro 2 - Cronograma de Inversiones y Financiamiento _____	180
3. Cuadro 3 - Servicio de la Deuda _____	181
4. Cuadro 4 - Servicios del Proyecto _____	183
5. Cuadro 5 - Capital de Trabajo Requerido _____	185
6. Cuadro 6 - Proyecciones de Costos y Gastos _____	186
7. Cuadro 7 - Estado de Resultado _____	188
8. Cuadro 8 - Evaluación VAN y TIR _____	189
8.1 Cuadro 8.1 - Evaluación VAN y TIR sin financiamiento _____	192
9. Cuadro 9 - Calculo de Depreciación y Amortización _____	195
10. Cuadro 10 - Fuente de Usos y Fondos _____	196
11. Cuadro 11 - Calculo del Punto de Equilibrio _____	198
12. Cuadro 12 - Balances Proyectados _____	199
13. Cuadro 13 - Planillas Anexas _____	200
13.1 Calculo de Palanca Financiera _____	200
13.2 Calculo por Prima de Riesgo _____	200
CAPITULO 11 - ASPECTOS CONTABLES	
1. Conceptos Contables Específicos _____	201
2. Plan de Cuentas _____	205
3. Manual de Cuentas _____	209
4. Balance General _____	210
5. Estado de Resultado _____	213
Conclusión _____	215
Bibliografía _____	218

RESUMEN

Este Proyecto tendrá 11 Capítulos centrados en la creación, objetivos y estrategias de una Agencia Publicitaria, en los mismos se desarrollarán estos puntos;

CAPITULO 1 Concepto del Negocio, donde formaremos la idea, visión, objetivos de la Empresa.

CAPITULO 2 Aspectos Jurídicos, donde se evaluará la constitución Jurídica más conveniente para el tipo de empresa proyectada, y los procesos necesarios para la misma.

CAPITULO 3 Aspectos Económicos, se estudiará el impacto económico nacional y regional sobre la empresa, así también a la demanda y las ventajas competitivas que se puedan tener.

CAPITULO 4 Aspectos Administrativos, se diseñará la estructura organizativa necesaria para el manejo de la empresa, manual de tareas y objetivos por departamento y para cada empleado.

CAPITULO 5 Análisis de Mercado, se analizar la estructura de la competencia, precios manejados en el mercado objetivo, y necesidades de los clientes.

CAPITULO 6 Plan de Marketing, se diseñará una estrategia FODA aplicada a la estructura de la empresa, se evaluarán estrategias de penetración al mercado objetivo e implementación de las estrategias definidas.

CAPITULO 7 Aspectos Operacionales, se definirán procesos de trabajo en los departamentos de la empresa y los responsables de los mismos, se realizarán alianzas con proveedores los cuales serán elegidos estratégicamente lineados a los objetivos de la empresa.

CAPITULO 8 Responsabilidad Social, la empresa delineará prácticas responsables en RSE, impacto ambiental, socioeconómico y culturales.

CAPITULO 9 Plan de Expansión, se evaluarán los riesgos de expandir la empresa, que tipo de unidades de negocios implementar, y se generará un crecimiento acorde a la estructura de la empresa.

CAPITULO 10 Aspectos Financieros, se evaluará la viabilidad de la empresa, inversión, reinversión y retorno de la misma.

CAPITULO 11 Aspectos Contables, se elaborará un plan de cuentas contable acorde a las Unidades de negocios de la empresa.