

Ingeniería Comercial

Agencia De Cobranzas “Coeficiente S.R.L.”

Alfredo David Molinas González

**Asunción – Paraguay
2018**

ÍNDICE

AUTORIDADES	2
HOJA DE EVALUACIÓN	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
RESUMEN EJECUTIVO	5-6
CAPÍTULO I	7
1.1 INTRODUCCIÓN A LA IDEA DEL PROYECTO	7-9
1.2. REQUERIMIENTO JURÍDICO	10
1.2.1. Nombre o razón social	10
1.2.2 Tipo de Sociedad:	10
1.2.3. Constitución Jurídica	10
Inscripciones en los Registros Públicos	11
Inscripción en el registro público de personas jurídicas y asociaciones.	11
Matricula de comerciante	12
Rúbrica de Libros Contables	13
Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (R.U.C)	14
Apertura en la Municipalidad involucrada (Patentes)	15
Instituto de Previsión Social (I.P.S.)	16
Ministerio de Justicia y trabajo	17
Dirección de Propiedad Intelectual (Registro de Marcas)	18
COSTO DE APERTURA DE UNA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	19
1.3. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	20-22
CAPÍTULO II	23
2.- INVESTIGACIÓN DE MERCADO	23
2.1- OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	24
2.2-OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	25
Objetivos y requerimientos - Listado plano.	25-31
2.3- DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y FUENTE DE DATOS	31
2.3.1. Investigación exploratoria	31
2.3.2. Investigación Exploratoria.	32
2.3.3 Investigación concluyente	32-34
2.4- PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	35
2.4.1 Diseño de cuestionario estructurado	35-39
2.5 DETERMINACIÓN DEL PLAN Y TAMAÑO DE LA MUESTRA	41-47
2.6 Codificación y tabulación	47
2.7 Análisis de datos	48-64
2.8 Conclusión e informe	65-66
CAPÍTULO III	67
PLAN DE MARKETING	67
3.1 ANÁLISIS DE LA MACRO SEGMENTACIÓN	67-73
3.2. ANÁLISIS DE LA MICRO SEGMENTACIÓN	73-79
3.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	79-95

CAPÍTULO IV	96
4.2. Análisis situacional	96
MATRIZ FODA COMO FUENTE DE OBJETIVOS	96-109
4.3 Objetivos, Estrategias y Planes de Acción	110-114
CAPÍTULO V	115
5.ADMINISTRACIÓN	115
5.1 Lineamiento estratégico (Ápice estratégico)	115
5.1.1 Visión	115
5.1.2 Misión	115
5.2 PLAN DE ADMINISTRACIÓN (DIRECCION MEDIA)	115
5.2.1 Análisis Situacional (Matriz Foda)	116-126
5.2.2 Objetivos, Estrategias y Planes de Acción	132-134
5.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	134
5.3.1. Organigrama	134-143
5.3.2 Layout	144-145
5.3.3 Manual de Funciones	146-155
5.3.4 Manual de procedimientos	156-159
5.3.5 Floxogramas	160-163
5.3.6 Recursos Humanos	164-165
5.4.- Análisis de estructura de costos.	165-169
5.5 Plan de cuentas	170-172
CAPITULO VI	173
6.1.- INDICADORES ECONÓMICOS	173-185
CAPITULO VII	186
7.1 Plan Financiero de la Empresa	186
Cuadro 1 – INVERSIONES	187-188
Cuadro 2 – CRONOGRAMA DE INVERSION Y FINANCIAMIENTO	188
Cuadro 3 – DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	189
Cuadro 4 – SERVICIO DE DEUDA	190
Cuadro 5 – MANO DE OBRA	191
Cuadro 6 – CRONOGRAMA DE PRODUCCIÓN Y VENTAS	192
Cuadro 7 – INGRESOS POR VENTAS	193
Cuadro 8 – COSTOS TOTALES	194
Cuadro 9 – PUNTO DE EQUILIBRIO	195
Cuadro 10 – CAPITAL DE TRABAJO	196
Cuadro 11 – ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO	197
Cuadro 12 – ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO	198
Cuadro 13 – FLUJO DE CAJA PROYECTADOS CON FINANCIAMIENTO	199
Cuadro 14 – FLUJO DE CAJA PROYECTADOS SIN FINANCIAMIENTO	200
Cuadro 15 – ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS CON FINANCIAMIENTO	201
Cuadro 16 – ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS SIN FINANCIAMIENTO	202
Cuadro 17 – BALANCES PROYECTADOS CON FINANCIAMIENTO	203
Cuadro 18 – BALANCES PROYECTADOS SIN FINANCIAMIENTO	204
7.2 Conclusión	205-208
BIBLIOGRAFÍA Y ENLACES	209-210

ANEXOS	211
ANEXO 1- CONSTITUCIÓN DE EMPRESA	212-213
ANEXO 2 - SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN EN LA SET – PERSONA JURIDICA	214
ANEXO 3 - FORMULARIO 120 – PRESENTACIÓN DE IVA	214-215
ANEXO 4 - INSCRIPCION A IPS	216-217
ANEXO 5 - LISTA DE OBREROS Y EMPLEADOS	218
ANEXO 6 – INSCRIPCIÓN PATRONAL	219
ANEXO - 7 ENCUESTA. LIBRO DE CÓDIGOS	220-224

RESUMEN

El proyecto presenta la creación de una empresa dedicada a la gestión de cobros tercerizados para los clientes con problemas de cobro a corto y largo plazo. En el desarrollo del presente trabajo se aprecia el planteamiento del problema y la oportunidad de mercado existente en la ciudad de Asunción y Gran Asunción, el objetivo general y los específicos que se deben llevar a cabo para el cumplimiento del proyecto.

Se exponen las diferentes bases teóricas aplicables para la elaboración del proyecto. Se especifican los diferentes conceptos administrativos utilizados en la elaboración del proyecto y su aplicación.

El estudio de mercado muestra el procedimiento para la consecución de información de fuentes primarias y se analiza los comportamientos de oferta y demanda. En el estudio técnico se realiza la correspondiente ubicación de las instalaciones y la zona de influencia del proyecto.

La elaboración de la estructura organizacional muestra los niveles jerárquicos de la organización y elaboración de las correspondientes funciones.

La proyección económica fue calculada teniendo como objetivo ordenar la información del entorno económico y financiero que servirá como base para el análisis de la evaluación económica.

Para la realización del proyecto se analizó el ámbito jurídico, que no opone ningún impedimento para la realización del proyecto.

La ubicación estrategia es posible y alcanzable en la zona deseada, analizado a través de los promedios ponderados.

Dentro de la investigación de mercados utilizamos los parámetros de Kinnear / Taylor cumpliendo con los pasos marcados.

Dentro de la Macro segmentación definimos nuestro mercado de referencia y en la Micro segmentación, analizamos la demanda global, el cálculo del mercado potencial absoluto y la determinación de la cuota de mercado.

Las fuerzas competitivas de Porter pudimos determinar el atractivo del sector, analizando las 5 fuerzas.

En la matriz Ansoff determinamos la fase de este proyecto.

El plan de Marketing determinamos los objetivos estratégicos en base a matriz FODA. En la sección de Administración, determinamos el Lineamiento estratégico, análisis FODA, declaración de la Misión, Visión, objetivos, estrategias plan de acciones, estructura organizacional, Layout, formalización de los puestos, manual de funciones, procedimientos, fluxogramas, RR.HH. Y análisis de la estructura de costos. Analizamos el ambiente económico en general, para determinar su influencia en nuestra actividad.

Y, por último, desarrollamos el plan financiero de la empresa seguido de la conclusión final.