

Licenciatura en Administración de Empresas

“NOELLE S.R.L.”

Alumna:

Noelia Josefina Rojas Cabral

SAN LORENZO – PARAGUAY

2022

INDICE

HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
Índice	V
Índice - Ilustraciones.....	IX
Índice – Tablas.....	X
Índice de Gráficos.....	XII
INTRODUCCIÓN	XIII
CAPITULO I – DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO Y ESTRUCTURA	10
1.1. Introducción a la idea del proyecto	10
1.2. Concepto del negocio.....	11
1.3. El producto o servicio a ofrecer.	11
1.4. Clientes potenciales.....	11
1.5. Objetivos generales.....	11
1.6. Objetivos específicos	12
1.7. Requerimientos Jurídicos	12
1.7.1. Nombre o Razón social.....	12
1.7.2. Tipo de sociedad.	12
1.7.3. Aspectos administrativos y legales	15
1.8. Presupuesto Jurídico Inicial	44
CAPITULO II- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	45
2.1 Definición.	45
2.2 El proceso de investigación de mercados.....	45
2.2.1 Necesidad de la Información.....	46
2.2.2 Especificar los objetivos de la investigación y las necesidades de información. 47	
2.2.3 Determinar el diseño de la investigación y las fuentes de datos.....	50
2.2.4 Procedimiento de recolección de datos.	52
2.2.5 Diseño de la muestra.....	66
2.2.6 Recolección de los datos.....	71
2.2.7 Procesar los datos.....	72
2.2.8 Analizar datos.	73
2.2.9 Presentar los resultados de la investigación de mercados.	73
2.2.10 Valorización del costo de la investigación de mercados.	93
CAPÍTULO III – LINEAMIENTO ESTRATEGICO	94
3.1. Análisis de Macrosegmentación (J. Lambin, Marketing Estrategico, Capitulo 6)..	94
3.1.1. Definición de la industria.....	96
3.1.2. Definición de Mercado.	96
3.2. Declaración de la Misión y Visión.	97
3.3. Análisis de la Microsegmentación.....	98
3.3.1. Definición del segmento objetivo.....	99
3.3.2. Ciclo de Vida del Producto.	100
3.4. Análisis de la Demanda (Tomar la base de datos de IME).	108
3.4.1. Demanda de servicios de consumo.	108
3.4.2. Cálculo de la demanda global.....	108
3.4.3. Mercado potencial absoluto.....	116
3.4.4. Cuota de mercado	117
3.4.5. Demanda de la empresa como objetivo de ventas	118
3.5. Estimación de Ventas	119
3.5.1. Cálculo de la Estimación de Venta del Proyecto– 1º Año	119

3.5.2. Cálculo de la Estimación de Ventas del Proyecto (Realizar gráfico que represente las ventas estimadas del 1er al 5to año)	120
3.6. Análisis de la Estructura Competitiva del Sector. (Las 5 fuerzas Competitivas de Michel Porter).....	120
3.6.1. Amenaza de Nuevos Competidores.....	121
3.6.2. Poder de Negociación con los Clientes	122
3.6.3. Poder de Negociación con los Proveedores.....	122
3.6.4. Rivalidad entre Competidores	123
3.6.5. Amenaza de Productos Sustitutos.....	124
3.6.6. Resumen de las Fuerzas.....	125
CAPÍTULO IV– PLAN DE MARKETING	129
4.1 Análisis Situacional	129
4.1.1 Variables Controlables.....	129
4.1.2 Variables No Controlables.....	138
4.1.3 Matriz de Interacciones.....	142
4.1.4 Matriz Foda (como fuente de objetivos).....	145
4.2 Resumen de la Inversión del Plan de Marketing.....	153
CAPITULO V ADMINISTRACIÓN.....	154
5 ADMINISTRACION.....	154
5.1 Lineamiento Estratégico.....	154
5.2 Plan de Administración.....	156
CAPITULO VI ASPECTO ECONÓMICO	190
6.1. Aspecto Económico.	190
6.1.1. Producto Interno Bruto.	190
6.1.2. Contexto Mundial y Regional	191
6.1.3. Contexto doméstico por el lado de la producción.	192
6.1.4. Contexto doméstico por el lado del gasto.	193
6.1.5. Variación del dólar americano.	194
6.1.6. Oferta y demanda.	195
6.1.7. Inflación.	195
6.1.8. Tasas de interés.	196
6.1.9. Comercio Internacional	196
6.1.10. Tasa de Inflación.....	197
6.1.11. Variación del Salario Mínimo	197
6.2. Contexto Político.	198
6.3. Contexto Social.....	199
6.3.1. Población y distribución.....	199
6.3.2. Índice de pobreza.	200
6.3.3. Indicadores de Ingresos.....	201
6.3.4. Tasa de natalidad y mortalidad	202
6.3.5. Tasa de ocupación.....	203
6.3.6. Tasa de desocupación.....	204
CAPITULO VII - ANALISIS FINANCIERO.....	205
Cuadro 1 – Inversiones	205
Cuadro 2 – Cronograma de inversión y financiamiento.....	205
Cuadro 3 – Depreciación y amortización.....	206
Cuadro 4 – Servicio de deuda	207
Cuadro 5 – Mano de obra.....	208
Cuadro 6 – Cronograma de producción y ventas	209
Cuadro 7 – Ingresos por ventas.....	209
Cuadro 8 – Costos totales	210
Cuadro 9 – Punto de equilibrio	211

Cuadro 10 – Capital de trabajo.....	211
Cuadro 11 – Estado de resultado proyectos con financiamiento.....	212
Cuadro 12 – Estado de resultado proyectos sin financiamiento.....	213
Cuadro 13 – Flujos de caja proyectos con financiamiento.....	214
Cuadro 14 – Flujos de caja proyectos sin financiamiento.....	215
Cuadro 15 – Origen y aplicación de fondos con financiamiento.....	216
Cuadro 16 – Origen y aplicación de fondos sin financiamiento.....	217
Cuadro 17 – Balances proyectados con financiamiento.....	218
Cuadro 18 – Balances proyectados sin financiamiento.....	219
Cuadro 19 – Indicadores financieros.....	220
CONCLUSIÓN.....	221
BIBLIOGRAFÍA	222

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación tiene como tema la creación de una empresa dedicada a los servicios de fisioterapia en la ciudad de San Lorenzo.

Para la elaboración del proyecto se partió de la descripción del negocio y su estructura jurídica.

En el siguiente capítulo se presentó la investigación de mercados realizada con una muestra probabilística en la ciudad de San Lorenzo tomada entre personas que utilizan el servicio de rehabilitación y fisioterapia de manera ambulatoria.

En el siguiente apartado se presentó el lineamiento estratégico, la micro y macro segmentación, así como un análisis pormenorizado de la demanda.

En el Capítulo 4 se presentó el Plan de Marketing, los objetivos, las estrategias y el plan de acción.

En el Capítulo 5 se encuentra toda la estructura administrativa de la empresa, el organigrama, la matriz FODA así como los procesos y procedimientos esenciales de la organización.

En el sexto capítulo se realiza un análisis económico a nivel país atendiendo los indicadores PIB, Inflación, Desempleo, Balanza Comercial y Fluctuación del Cambio. Por último, en la séptima sección del trabajo se agrupan los resultados del estudio financiero concluyendo con la Tasa Interna de Retorno.

Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones del estudio.