

Ingeniería Comercial

“COGNITA S.R.L.”
Centro de Estimulación Cognitiva (CEC)

Alumna:

María Elizabeth Martínez Casco

SAN LORENZO – PARAGUAY
2019

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| Agradecimientos..... | 5 |
| Dedicatoria..... | 6 |
| Índice | 7 |
| Índice de tablas, figuras, gráficos y anexos..... | 15 |
| INTRODUCCIÓN..... | 20 |
| JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO..... | 21 |
| 1. CAPÍTULO I. ASPECTOS JURÍDICOS | 23 |
| 1.1. Introducción al Capítulo Jurídico | 23 |
| 1.2. Requerimientos jurídicos..... | 23 |
| 1.2.1. Requerimientos Jurídicos de acuerdo al tipo de Sociedad a constituirse | 23 |
| 1.3. Orientación para la apertura de una empresa | 23 |
| 1.3.1. Constitución jurídica | 23 |
| 1.3.1.1. Escritura de Constitución y Aporte de Capital | 23 |
| 1.3.1.2. Constitución de Sociedades..... | 24 |
| 1.3.1.3. Depósito de garantía en un banco oficial | 25 |
| 1.3.2. Inscripciones Registro Público de Comercio e Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones. | 26 |
| 1.3.2.1. Inscripción en los Registros Públicos..... | 26 |
| 1.3.2.2. Matricula de Comerciante | 27 |
| 1.3.2.3. Compra y Rubrica de libros contables. | 27 |
| 1.3.2.4. Rubricación de Hojas y Formularios Continuos | 29 |
| 1.3.3. Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (R.U.C.).... | 29 |
| 1.3.3.1. Registro Único de Contribuyente R.U.C..... | 30 |
| 1.3.4. Apertura en la Municipalidad involucrada (patentes) | 31 |
| 1.3.5. Comunicación de apertura de empresa con Personería Jurídica en el MIC | 32 |
| 1.3.6. Inscripción en el Instituto de Previsión Social | 32 |
| 1.3.7. Inscripción en el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social | 34 |
| 1.3.8. Dirección de Propiedad Intelectual (DINAPI) | 34 |
| 1.4. Costos de Constitución de la Empresa | 36 |
| 1.5. Presupuesto jurídico inicial | 37 |
| 2. CAPÍTULO II. INVESTIGACIÓN DE MERCADO | 39 |
| 2.1 Introducción a la Investigación de Mercado..... | 39 |
| 2.2. Investigación de Mercado. Definición del problema | 39 |
| 2.3. Objetivo General | 39 |
| 2.4. Objetivos y requerimientos de la investigación | 39 |
| 2.4.1. Objetivos Cognitivos..... | 39 |
| 2.4.2. Objetivos Afectivos..... | 40 |
| 2.4.3. Objetivos Comportamentales. | 40 |
| 2.4.4. Objetivos Sociodemográficos..... | 42 |
| 2.5. Diseño de Investigación y Fuente de Datos. | 42 |
| 2.5.1. Investigación Exploratoria | 42 |
| 2.5.2. Investigación Concluyente | 43 |
| 2.5.3. Diseño Descriptivo | 44 |
| 2.6. Recolección de Datos. | 44 |

| | | |
|-----------|---|----|
| 2.7. | Diseño de Investigación y Fuente de Datos. | 51 |
| 2.7.1. | Definir la población..... | 51 |
| 2.7.2. | Marco Muestral | 52 |
| 2.7.3. | Determinación del tamaño de la muestra | 52 |
| 2.7.4. | Selección de un procedimiento de muestreo | 53 |
| 2.7.4.1. | Procedimiento no probabilístico..... | 53 |
| 2.7.5. | Seleccionar la muestra..... | 53 |
| 2.8. | Procesamiento de datos. | 53 |
| 2.9. | Conclusiones. | 72 |
| 3. | CAPITULO III - PLAN DE MARKETING | 75 |
| 3.1. | Introducción al plan de Marketing | 75 |
| 3.2. | Análisis de la Macrosegmentación..... | 76 |
| 3.3. | Análisis de la Microsegmentación | 77 |
| 3.3.1. | Tipos de micro segmentación..... | 78 |
| 3.4. | Análisis de la demanda..... | 78 |
| 3.4.1. | Cálculo de la Demanda Global..... | 79 |
| 3.4.2. | Mercado Potencial Absoluto | 79 |
| 3.4.3. | Cuota de Mercado | 79 |
| 3.4.4. | Proyección Venta de Servicios Año 1..... | 80 |
| 3.4.4.1. | Proyección de ventas. Cuadro consolidado Año 1..... | 82 |
| 3.4.4.2. | Proyección de ventas para los siguientes 5 años | 82 |
| 3.5. | Modelo de ciclo de vida del producto | 83 |
| 3.6. | Gráfico del ciclo de vida | 84 |
| 3.7. | Análisis situacional - FODA Marketing..... | 84 |
| 3.7.1. | Análisis Interno | 84 |
| 3.7.2. | Análisis Externo | 85 |
| 3.8. | Variables Controlables. | 85 |
| 3.8.1. | Fortaleza | 86 |
| 3.8.2. | Debilidad | 86 |
| 3.9. | Evaluación de las 7 P del Marketing Mix. | 86 |
| 3.9.1. | Producto/Servicio | 86 |
| 3.9.2. | Precio..... | 87 |
| 3.9.3 | Plaza | 87 |
| 3.9.4. | Promoción | 87 |
| 3.9.5. | Personas..... | 88 |
| 3.9.6. | Presentación/Evidencia Física..... | 88 |
| 3.9.7. | Proceso | 88 |
| 3.10. | Evaluación de Factores Externos. | 89 |
| 3.10.1. | Variables No Controlables. | 89 |
| 3.10.1.1. | Fortalezas..... | 89 |
| 3.10.1.2. | Debilidades | 89 |
| 3.11. | Evaluación de Tres Factores Externos. | 90 |
| 3.11.1. | Clientes..... | 90 |
| 3.11.2. | Entorno | 90 |
| 3.11.3. | Competencia..... | 90 |
| 3.11.4. | Cuadro de listado plano..... | 91 |

| | | |
|----------|---|------------|
| 3.12. | Cuadro de interacción..... | 92 |
| 3.13. | Matriz FODA marketing | 93 |
| 3.14. | Puntos básicos para la elaboración de los objetivos del plan de marketing | 94 |
| 3.15. | Objetivos de marketing | 94 |
| 3.15.1 | Presupuesto general del plan de Marketing..... | 98 |
| 3.16. | Identidad corporativa..... | 99 |
| 3.16.1. | Isotipo..... | 99 |
| 3.16.2 | Manual de la marca corporativa C.E.C | 99 |
| 3.16.3 | Logotipo | 100 |
| 3.16.4. | Afiche promocional..... | 102 |
| 3.16.5. | Sobre personalizado | 103 |
| 3.16.6. | Tarjeta personal | 103 |
| 3.16.7. | Uniformes..... | 104 |
| 3.17. | Presupuesto de identidad corporativa..... | 104 |
| 4. | CAPÍTULO IV - ADMINISTRACIÓN..... | 106 |
| 4.1. | Introducción al capítulo administrativo..... | 106 |
| 4.2. | Descripción de la empresa..... | 106 |
| 4.3. | Lineamiento estratégico | 107 |
| 4.3.1. | Lineamiento Estratégico C.E.C | 107 |
| 4.3.2. | Misión C.E.C..... | 107 |
| 4.3.3. | Visión C.E.C..... | 107 |
| 4.4. | Análisis de Método Cualitativo por puntos..... | 108 |
| 4.4.1. | Análisis..... | 108 |
| 4.4.2. | Método de factores ponderados. Macro localización..... | 108 |
| 4.5. | Análisis de la estructura competitiva..... | 111 |
| 4.5.1. | Análisis de las 5 fuerzas competitivas de PORTER..... | 111 |
| 4.5.2. | Las cinco fuerzas son: | 111 |
| 4.5.3. | Valoración de las 5 Fuerzas Competitivas de Porter..... | 112 |
| 4.5.3.1. | Rivalidad entre competidores..... | 112 |
| 4.5.3.2. | Amenaza de nuevos competidores. | 112 |
| 4.5.3.3. | Amenaza de ingreso de servicios sustitutos. | 113 |
| 4.5.3.4. | Poder de negociación de proveedores. | 113 |
| 4.5.3.5. | Poder de negociación de consumidores..... | 114 |
| 4.5.4. | Análisis de las 5 fuerzas competitivas de PORTER..... | 114 |
| 4.6 | Matriz de ANSOFF, Estrategias de crecimiento | 115 |
| 4.6.1. | Estrategia de penetración de mercados. | 116 |
| 4.6.2. | Estrategia de desarrollo de nuevos productos / servicios..... | 116 |
| 4.6.3. | Estrategia de nuevos mercados..... | 116 |
| 4.6.4. | Estrategia de diversificación | 116 |
| 4.7. | Análisis situacional. Matriz FODA Administrativo..... | 117 |
| 4.7.1. | Variables controlables. | 117 |
| 4.7.1.1. | Costos..... | 117 |
| 4.7.1.2. | Recursos humanos..... | 117 |
| 4.7.1.3. | Gestión de calidad | 118 |
| 4.7.1.4. | Recursos financieros..... | 118 |
| 4.7.1.5. | Entregas..... | 118 |

| | | |
|----------|--|-----|
| 4.7.1.6. | Recursos informáticos..... | 118 |
| 4.7.2. | Variables no controlables..... | 119 |
| 4.7.2.1. | Proveedores..... | 119 |
| 4.7.2.2. | Negociación con los bancos..... | 119 |
| 4.7.2.3. | Entorno económico..... | 119 |
| 4.7.2.4. | Competidores..... | 120 |
| 4.8. | Listado plano..... | 121 |
| 4.9. | Cuadro de interacción. FODA Administrativo..... | 122 |
| 4.10 | Matriz FODA..... | 123 |
| 4.10.1. | Objetivos administrativos..... | 124 |
| 4.10.2. | Inversión total del plan administrativo..... | 127 |
| 4.11. | Organigrama..... | 127 |
| 4.11.1. | Representación gráfica del organigrama..... | 128 |
| 4.12. | Organigrama funcional..... | 129 |
| 4.13. | Estructura funcional de Mintzberg - Gráfico..... | 130 |
| 4.13.1. | Estructura de Mintzberg "C.E.C"..... | 131 |
| 4.14. | Estructura organizacional..... | 133 |
| 4.15. | Estructura organizacional simple..... | 133 |
| 4.16. | Manual de funciones..... | 136 |
| 4.16.1. | Manual de funciones - Gerente General..... | 136 |
| 4.16.2. | Manual de funciones - Dpto. Administrativo..... | 137 |
| 4.16.3. | Manual de funciones - Dpto. Comercial..... | 138 |
| 4.16.4. | Manual de funciones - Encargada de RRPP..... | 139 |
| 4.16.5. | Manual de funciones - Contador Externo..... | 140 |
| 4.16.6. | Manual de funciones - Equipo Técnico..... | 141 |
| 4.16.7. | Manual de funciones - Asistente Técnico..... | 142 |
| 4.16.8. | Manual de funciones - Servicios Generales..... | 143 |
| 4.17. | Manual de procedimientos..... | 144 |
| 4.17.1. | Manual de procedimientos - Ventas..... | 144 |
| 4.17.2. | Manual de procedimientos - Pago de salario..... | 145 |
| 4.17.3. | Manual de procedimientos - Pago a proveedores..... | 146 |
| 4.17.4. | Manual de procedimientos - Selección de personal técnico..... | 147 |
| 4.17.5. | Manual de procedimientos - Pago de viático y combustible al dpto. comercial..... | 148 |
| 4.18. | Fluxograma..... | 149 |
| 4.18.1. | Fluxograma - Proceso de Venta..... | 150 |
| 4.18.2. | Fluxograma - Pago de salario..... | 151 |
| 4.18.3. | Fluxograma - Pago a proveedores..... | 152 |
| 4.18.4. | Fluxograma - Selección de personal técnico..... | 153 |
| 4.18.5. | Fluxograma - Pago de viatico y combustible..... | 154 |
| 4.19. | Recursos humanos..... | 154 |
| 4.19.1. | Mano de obra..... | 155 |
| 4.19.2 | Mano de Obra Directa e Indirecta..... | 156 |
| 4.19.3. | Cuadro de mano de obra..... | 156 |
| 4.19.4. | Proceso de reclutamiento de personal..... | 157 |
| 4.19.5. | Modelo de aviso de reclutamiento..... | 158 |

| | |
|--|-----|
| 4.19.5. Reglamentos y normas internas..... | 159 |
| 4.20. Layout..... | 160 |
| 4.20.1. Layout en el C.E.C | 160 |
| 4.20.2. Arrendamiento del local | 162 |
| 4.20.3. Infraestructura | 162 |
| 4.20.4. Remodelaciones..... | 163 |
| 4.21. Tabla de adquisición de activos..... | 164 |
| 4.22. Manual de cuentas..... | 165 |
| 4.23. En Paraguay: ¿Quiénes administran los impuestos? | 168 |
| 4.24. Impuestos que rigen en el País. | 169 |
| 4.25. Impuesto a la Renta de Actividades Comerciales, Industriales y de Servicios (IRACIS) | 169 |
| 4.25.1. ¿Quiénes deben de inscribirse en el IRACIS?..... | 169 |
| 4.25.2. Características Generales del IRACIS | 169 |
| 4.25.3. Impuesto al Valor Agregado | 170 |
| 4.25.3.1. Características del IVA | 170 |
| 4.26. Servicio ofertado | 171 |
| 4.26. Costos del Servicio | 172 |
| 4.26.2. Grilla de servicios..... | 172 |
| 5. CAPÍTULO V - ECONÓMICO..... | 174 |
| 5.1 Introducción al capítulo económico | 174 |
| 5.2. Inflación..... | 174 |
| 5.3. Fluctuaciones del tipo de cambio | 176 |
| 5.4 PIB. Producto interno bruto..... | 176 |
| 5.5. Balanza comercial (Importaciones-Exportaciones)..... | 177 |
| 5.6. Balanza comercial 2017. | 179 |
| 5.7. Comportamiento de la reserva monetaria..... | 180 |
| 5.8. Superávit o déficit fiscal..... | 181 |
| 5.9. Salario mínimo | 183 |
| 5.9.1 Evolución del salario mínimo en Latinoamérica..... | 184 |
| 5.10. Tasa de desempleo..... | 185 |
| 5.11. Conclusiones. | 186 |
| 6. CAPÍTULO VI - PLAN FINANCIERO..... | 188 |
| 6.1 Introducción al plan financiero..... | 188 |
| 6.2. Plan Financiero..... | 188 |
| 6.3. Información relevante del Plan Financiero | 188 |
| 6.3.1. Inversiones..... | 188 |
| 6.3.2. Cronograma de inversión y financiamiento | 188 |
| 6.3.3. Depreciaciones y amortizaciones. | 189 |
| 6.3.4. Servicio de deuda | 189 |
| 6.3.5. Mano de obra..... | 189 |
| 6.3.6. Ingresos por ventas..... | 190 |
| 6.3.7. Cronograma de producción y ventas. | 190 |
| 6.3.8. Costos totales..... | 190 |
| 6.3.9. Punto de Equilibrio..... | 190 |
| 6.3.10. Capital de trabajo..... | 191 |

| | |
|---|-----|
| 6.3.11. Estados de resultados..... | 191 |
| 6.3.12. Flujos de caja proyectados. | 191 |
| 6.3.12.1. Valor Actual Neto (VAN)..... | 191 |
| 6.3.12.2. Tasa Interna de Retorno (TIR) | 191 |
| 6.3.13. Balances proyectados. | 192 |
| 6.3.14. Indicadores Financieros..... | 192 |
| 6.3.1. Cuadro 1. Inversiones..... | 193 |
| 6.3.2 Cuadro 2. Cronograma de inversiones y financiamiento | 196 |
| 6.3.3. Cuadro 3. Depreciaciones y amortizaciones. | 197 |
| 6.3.4. Cuadro 4. Servicio de deuda a largo y a corto plazo..... | 198 |
| 6.3.5. Cuadro 5. Mano de obra..... | 199 |
| 6.3.6. Cuadro 6. Cronograma de producción de servicios y ventas. | 200 |
| 6.3.7. Cuadro 7. Ingresos por ventas. | 201 |
| 6.3.8. Cuadro 8. Costos totales..... | 202 |
| 6.3.9. Cuadro 9. Cuadro de punto de equilibrio | 203 |
| 6.3.10. Cuadro 10. Capital de trabajo..... | 204 |
| 6.3.11. Cuadro 11. Estados de Resultados Proyectados con Financiamiento | 205 |
| 6.3.12. Cuadro 12. Estados de Resultados Proyectados sin Financiamiento | 206 |
| 6.3.13. Cuadro 13. Flujo de Caja Proyectado con Financiamiento | 207 |
| 6.3.14. Cuadro 14. Flujo de Caja Proyectado sin Financiamiento | 208 |
| 6.3.15. Cuadro 15. Origen y Aplicación de Fondos con Financiamiento | 209 |
| 6.3.16. Cuadro 16. Origen y Aplicación de Fondos sin Financiamiento | 210 |
| 6.3.17. Cuadro 17. Balances Proyectados con Financiamiento..... | 211 |
| 6.3.18. Cuadro 18. Balances Proyectados sin Financiamiento..... | 212 |
| 6.3.19. Cuadro 19. Indicadores Financieros..... | 213 |
| CONCLUSIÓN | 214 |
| BIBLIOGRAFÍA | 215 |
| ANEXOS..... | 218 |

INTRODUCCIÓN

El mercado de servicios educativos, muestra un crecimiento gradual y sostenido. Las necesidades varían no solo en cantidad sino en la diversidad de la problemática educativa, año a año las obligaciones laborales de los padres dificultan en mayor grado el control periódico del proceso educativo de sus hijos, por otro lado esta demás comentar que la educación en nuestro país es una materia pendiente en lo que a calidad se refiere.

Como respuesta a esta problemática COGNITA S.R.L. por medio de su servicio, C.E.C. Centro de Estimulación Cognitiva, busca satisfacer esta demanda, ofertando un servicio de calidad, por medio de un sistema, basado en la articulación Padres-Servicios Educativos Especializados- Escuela.

El mercado al cual se apunta se encuentra puntualmente en las instituciones educativas que identifican las dificultades en aula y requieren de una evaluación profesional para el acompañamiento puntual de cada caso, esta necesidad se informa a los padres de familia que deben buscar servicios especializados tanto para el diagnóstico Evaluación Psicopedagógica como para el seguimiento. Las tutorías pedagógicas que son una herramienta para el cumplimiento del proceso educativo, las adecuaciones curriculares, documento oficial prioritario, para el seguimiento de las particularidades específicas de cada alumno/a especialmente en la aplicación efectiva de la ley de inclusión.

Otro segmento a atender son las necesidades de fortalecimiento o reeducación de habilidades cognitivas en adultos mayores ya sea por secuela de índole médica o por pérdida natural de las mismas.

Estas áreas a ser cubiertas adquieren progresivamente mayor relevancia, es por ello que iniciamos con 5 servicios, apuntando en primera etapa al segmento de padres de familia con necesidades específicas indicadas por sus de instituciones educativas. Para más adelante ampliar el servicio de estimulación a la población de adultos mayores, que estadísticamente va en aumento, por ende uno ejes comerciales a explotar, en el futuro, es el servicio a la tercera edad.