

Administración de Empresas

CoberGim S.R.L.

**Ventas de Cobertores Térmicos e Instalación y
Mantenimiento**

Ronald Giménez Sanabria

Asunción - Paraguay

2018

ÍNDICE

Portada.....	1
Agradecimiento.	2
Introducción.	3
Resumen ejecutivo.	4
CAPITULO 1 - Concepto del Negocio.....	8
1.1. Descripción de la empresa.....	9
1.2. Visión.....	10
1.3. Misión.	10
1.4. Valores.	10
1.5. Objetivos.....	11
1.5.1. Objetivos Generales.....	11
1.5.2. Objetivos Específicos	11
1.6. Localizacion.....	12
1.6.1. Micro localización:.....	12
1.6.2. Macro localizacion.....	13
1.7. Método de los Factores Ponderados.....	14
1.8. Ventaja competitiva.	15
CAPITULO 2 - Aspectos Jurídicos.....	16
2.1. Tramites de Apertura.	17
2.2. Escritura de Constitucion y aporte y capital	17
2.2.1. Inscripcion a los Registros Publicos.....	18
2.2.2. Matricula del Comerciante.	18
2.2.3. Inscripción en el Ministerio de Hacienda.	19
2.2.4. Inscripción a la Municipalidad.....	20
2.3. Inscripción en Ministerio de Justicia y Trabajo	21
2.4. Requisitos Ministerio de Industria y Comercio.....	23
2.5. Plan Fiscal.	23
2.6. Libros impositivos y legales.	25
2.7. Escritura de Constitución	26
CAPITULO 3 Aspectos económicos.....	32
3.1. Variables macroeconómicas.....	33
3.1.1. PIB (Producto Interno Bruto).....	33
3.1.2. Inflacion.....	34
3.1.3. Desempleo.	35
3.1.4. Tipo de cambio.	36
3.2. Variables microeconómicas.....	40
3.2.1. Elasticidad de Oferta.	40
3.2.2. Elasticidad de la Demanda.....	41
Capitulo 4 - Aspectos Administrativos.....	43
4.1. Estructura organizativa.	44
4.1.1. Organigrama según Henry Mintzberg.	45
4.1.2. Las Configuraciones Estructurales según Henry Mintzberg.....	46
4.2. Estrategias de recursos humanos.	48

LAY OUT	67
Capitulo 5.....	70
Estudio de mercado.....	71
5.1. Objetivo de la investigación.	72
5.1.1. Objetivo general.....	72
5.1.2. Objetivos específicos.....	72
5.1.3. Objetivos y requerimientos.....	72
5.2. Tipo de investigación.	73
5.3. Muestra.....	74
5.4. Recolección de datos - Encuesta.	75
5.5. Análisis de datos.	82
5.6. Análisis de la estructura competitiva del sector (Michael Porter).....	89
Capítulo 6 - Plan de Marketing.....	95
6.1. Análisis FODA.....	96
6.1.1. Matriz FODA.....	100
6.2. Marketing estratégico.	102
6.2.1. Estrategias según Igor Ansoff	102
6.3. Marketing Operativo.	104
1. Producto:	104
2- Precio:	108
3- Plaza:.....	111
4- Promoción:	112
5- Personas:.....	112
6- Proceso:	112
7- Presencia (evidencia) física:.....	112
CAPITULO 7 - Aspectos operacionales.....	113
Proveedores.....	114
Clientes.	114
Competencia.....	114
Detalle de seccion compras.....	115
CAPITULO 8 - Responsabilidad social.....	117
8.1. Impacto ambiental.....	119
8.2. Impacto socioeconómico.	121
8.3. Impacto cultural.	121
8.4. Aspectos éticos de sustentabilidad del Proyecto.....	122
CAPITULO 9 - Plan de Expansión.....	124
9.1. Riesgos internos de expansión.	125
9.2. Riesgos externos de expansión.	126
9.3. Barreras de salida.	127
9.4. Mapa de riesgo.....	128
CAPITULO 10 – Aspectos financieros	129
Conclusión.....	145
Bibliografía.....	146
Glosario.....	147
Anexos.....	148

RESUMEN

El capítulo uno consiste en la descripción de la empresa como se llama, a que se va a dedicar, la misión y visión de la empresa, los valores, como así también de los objetivos generales y específicos, la localización, micro localización y la macro localización, los métodos de los factores ponderados y de la ventaja competitiva.

El capítulo dos consiste en los aspectos jurídicos de la empresa: requisitos para abrir el local, las leyes que interviene en nuestro negocio, la escritura pública, operaciones realizadas en diferentes instituciones como IPS, Ministerio de Hacienda, Ministerio de Industria y Comercio, entre otros.

El capítulo tres consiste en las variables microeconómicas y macroeconómicas entre las macroeconómicas citamos: el PIB (producto Interno Bruto), el tipo de cambio, el desempleo, la inflación, entre otras, y en las variables microeconómicas la elasticidad de la oferta y de la demanda.

El capítulo cuatro consiste en la estructura organizativa de la empresa según Henry Mintzberg: organigrama, manual de funciones y procedimientos, fluxograma, layout, entre otros.

El capítulo cinco consiste en el estudio del mercado: objetivos y requerimientos de la investigación, la muestra, las encuestas, los gráficos y el informe final.

El capítulo seis consiste en el análisis FODA (Fortaleza-Oportunidad-Debilidad-Amenazas) e la cual presentamos la matriz FODA, la estrategia según Igor Ansoff, las estrategias según Michael Potter.

El capítulo siete consiste en los aspectos operacionales: una breve descripción de nuestro departamento de logística, de nuestro proveedor y las competencias en el mercado.

El Capítulo ocho consiste en la responsabilidad social: el compromiso como empresa con la ciudadanía.

El capítulo nueve consiste en el plan de expansión: se refiere a los riesgos internos y externos de expansión y de las barreras de salida.

El Capítulo diez consiste en los Aspectos Financieros (Cuadro 1 al 12).