

**Administración de Empresas**

**OGAPYPEGUARA S.R.L**

**Comercial de Electrodomésticos y Artículos para el Hogar**

**Alumnos:**

**Fatima Rosa Encina Delgado**

**Juan Sebastián Portillo Bolaños**

**Asunción - Paraguay**

**2021**

# ÍNDICE

Agradecimientos.....	3
Índice de Cuadros.....	8
Introducción .....	8
Resumen Ejecutivo.....	14
Capítulo I.....	16
Descripción del Negocio y Estructura Legal.....	16
1.1 Introducción a la idea del negocio.....	16
1.2 Requerimientos Jurídicos: .....	16
1.2.1 Nombre o razón social: Ogapypeguara.....	16
1.2.2 Tipo de Sociedad: Sociedad de Responsabilidad Limitada. ....	16
1.2.3 Constitución Jurídica .....	18
1.2.3.1 Escritura de Constitución de la Empresa. ....	18
1.2.3.2 Inscripción en el Registro Público de Comercio.....	20
1.2.3.3 Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones. ....	21
1.2.3.4 Matrícula del Comerciante.....	22
1.2.3.5 Rubrica de Libros Contables.....	22
1.2.3.6 Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (RUC).....	23
1.2.3.7 Registro Administrativo de Personas Físicas y Estructuras Jurídicas y el Registro Administrativo de Beneficiarios Finales ( <i>Ley 6446/19</i> ).....	24
1.2.3.8 Apertura en la Municipalidad de Lambaré .....	28
1.2.3.9 Instituto de Previsión Social (IPS).....	28
1.2.3.10 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS). ....	29
1.2.3.11 Dirección de Propiedad Intelectual (DINAPI).....	29
Capítulo II .....	32
Investigación de Mercados.....	32
2.1 Establecer la necesidad de la información.....	32
2.2 Objetivo de la investigación .....	32
2.2.1 Objetivos Cognitivos .....	33
2.2.2 Objetivos afectivos.....	33
2.2.3 Objetivos Comportamental .....	33
2.2.4 Objetivos socio-demográficos .....	34
2.2.5 Objetivos de la Demanda. ....	34
2.3 Diseño de la Investigación y Fuente de datos.....	35
2.4 Procedimiento de Recolección de Datos.....	37
2.4.1 Cuestionario Estructurado.....	42
2.5 Diseño de la muestra.....	44
2.5.1 Definir la Población .....	44
2.5.3 Determinar el tamaño de la muestra .....	45
2.5.4 Seleccionar un procedimiento de muestreo .....	46
2.6 Recolección de Datos .....	48
2.6.2 Análisis de Datos .....	51
2.7 Conclusiones/ Informe.....	63

Capítulo III.....	65
Lineamiento Estratégico.....	65
3.1 Análisis de Macro segmentación.....	65
3.2 Análisis de Micro segmentación.....	69
3.3 Análisis de la Demanda .....	72
3.4 Análisis de las 5 fuerzas de Porter.....	74
3.5 Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff .....	78
Capítulo IV.....	80
Plan de Marketing .....	80
4.1 Plan de Marketing.....	80
4.2 Análisis situacional.....	80
4.3 Objetivos.....	96
4.3.1 Estrategias.....	97
4.3.2 Plan de acción .....	97
Identidad Corporativa .....	108
4.3.3 Costo de Implementación .....	110
4.3.4 Ventas esperadas para el objetivo .....	111
Capítulo V .....	112
Administración.....	112
5.1 Lineamiento Estratégico.....	112
5.2 Plan de Administración .....	113
5.2.1 Análisis situacional .....	113
5.2.2 Objetivos.....	117
5.2.4 Plan de acción .....	118
5.2.5 Costo de Implementación .....	125
5.3 Estructura organizacional .....	125
5.3.1 Organigrama .....	125
5.3.2 Layout .....	132
5.3.3 Manual de Funciones.....	133
5.3.5 Fluxograma.....	152
5.3.4 Recursos Humanos.....	155
5.4 Análisis de Estructura de Costos. ....	157
5.5 Plan de cuentas .....	158
Capítulo VI.....	163
Aspecto Económico.....	163
6.1 Indicadores Económicos.....	163
6.1.1 Producto Interno Bruto: .....	163
6.1.2 Balanza Comercial:.....	163
6.1.3 Fluctuación del tipo de cambio:.....	164
6.1.4 Comportamiento de la reserva monetaria: .....	165
6.1.5 Superávit o déficit fiscal .....	166
6.1.6 Inflación .....	167
Capitulo VII.....	169
Plan Financiero.....	169
5.1 Plan Financiero de la Empresa .....	169

Conclusión.....	197
Bibliografía.....	198
Anexo .....	200

## RESUMEN

El desarrollo del plan de negocios con la denominación “Ogapypeguara S.R.L”, negocio dedicado a la comercialización de electrodomésticos y artículos para el hogar busca ingresar al mercado y reconocer la viabilidad y factibilidad económica - financiera para dar apertura en este rubro en la Ciudad de Lambaré.

El capítulo I se desarrolla todo lo relacionado a la constitución de la empresa y las distintas gestiones y documentaciones necesarias para lograr dar apertura a la misma, investigamos los costos de cada gestión y damos introducción a nuestra empresa constituyéndola como una Sociedad de Responsabilidad Limitada.

En el capítulo II realizamos la investigación de mercado donde abarcamos los datos más relevantes para conocer a nuestros potenciales clientes, definir el tipo de investigación a utilizar y los procedimientos de recolección de datos mediante la encuesta, tamaño de la muestra y así concluir con el análisis de lo recabado para utilizarlo como guía de desarrollo del plan de negocios.

El capítulo III según lo mencionado en el capítulo anterior, se procede a realizar el análisis de Macro y Micro segmentación, con estos identificar el mercado de referencia, la posición de nuestros competidores en el Ciclo de producto y calcular la demanda global, el cálculo del mercado potencial absoluto, la cuota de mercado y proyectar las ventas esperadas para los siguiente 5 años. También desarrollamos las 5 Fuerzas competitivas de Porter y la estrategia de la matriz de Ansoff.

El capítulo IV se desarrolla el plan de Marketing para utilizarlo en el primer año de la empresa, desarrollamos a base de la Matriz FODA con sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, todo lo relacionado a objetivos que consideramos cumplir en el mismo año con sus respectivos Recursos Materiales, Recursos Humanos, Recursos Financieros y los planes de acción así también con los calendarios de los planes.

El capítulo V cuenta con casi el mismo formato que el capítulo anterior, desarrollamos los objetivos administrativos con los planes de acción correspondientes, se realiza una guía en base al lineamiento estratégico. La estructura organizacional consta del organigrama y los tipos de estructura que existen, el layout para determinar los activos necesarios a utilizar, también realizamos la confección del manual de funciones de todos los puestos del organigrama y el manual de procedimientos de tres posiciones, también confeccionamos el Fluxograma de forma vertical en relación a los procedimientos, culminando el capítulo V con la descripción del proceso de Recursos Humanos y los análisis de los costos.

El capítulo VI trata del aspecto económico de nuestro país que gracias a los datos e informaciones que recabamos en el sitio del Banco Central del Paraguay se puede observar detalladamente en el capítulo, tales temas como el PIB, Balanza comercial, el Superávit, tasa de cambios y las comparaciones según años anteriores, etc.

El capítulo VII trata de los detalles de la inversión para el funcionamiento de la empresa, después del análisis de los capítulos ya mencionados este capítulo es una exposición de carácter financiero del plan de negocio, donde recopilamos todo lo necesario para la apertura de la empresa, la inversión de los activos de la empresa, el cálculo de van y tir, los ratios financieros, etc.