

**Ingeniería Comercial**

***“Falcontrol S.R.L”***

**Alumna:**

**Liz Herenia Morel**

**SAN LORENZO – PARAGUAY  
2021**

# ÍNDICE

Agradecimientos y Dedicatoria .....	1
Índice .....	2
Introducción.....	8
Justificación del Proyecto.....	10
CAPITULO I.....	12
DESCRIPCION DEL NEGOCIO Y ESTRUCTURA LEGAL .....	12
1.1 Introducción a la Idea del Proyecto.....	13
1.2 Requerimientos Jurídicos.....	16
1.2.1 Nombre o Razón Social: .....	16
1.2.3 Tipo de Sociedad: .....	16
1.2.4 Redacción de la Escritura de Constitución de la Empresa.....	20
1.2.5 Depósito De Garantía En Un Banco Oficial .....	28
1.2.6 Inscripción en el Registro Público de Comercio.....	29
1.2.6.1 Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones.....	29
1.2.8 Matricula del Comerciante.....	30
1.2.9 Registro Único del Contribuyente.....	31
1.2.10 Rubrica de Libros Contables.....	31
1.2.11 Registro Administrativo de Personas Físicas y Estructuras Jurídicas y el Registro Administrativo de Beneficiarios Finales (Ley 6446/19) .....	34
1.2.12 Apertura de la Municipalidad de Luque .....	37
1.2.13 Instituto de Previsión Social (I.P.S).....	39
1.2.14 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS) .....	41
1.2.15 Dirección de Propiedad Intelectual (Registro de Marcas). .....	43
1.3 Presupuesto Jurídico Inicial .....	45
CAPITULO II INVESTIGACION DE MERCADO .....	46
2.1. El proceso de investigación de mercados. ....	47
2.2.1 Necesidad de la Información.....	48
2.2.2 Objetivo general de la Investigación.....	49
2.2.2.1 Objetivos Cognitivos .....	49
2.2.2.2 Objetivos Afectivos .....	50
2.2.2.3 Objetivos Comportamentales.....	51
2.2.2.4 Variables que describen a las empresas. ....	52
2.2.2.5 Objetivos de la demanda.....	53
2.2.3 Diseño de la Investigación y Fuente de Datos .....	53
2.2.3.1 Investigación exploratoria.....	54
2.2.3.2 Investigación concluyente.....	55
2.2.4 Recolección de Datos.....	57
2.2.4.1 Cuestionario estructurado .....	58
2.2.5. Diseño de la Muestra .....	70
2.2.5.2 Marco Muestral .....	72
Bigdeas/ diseño gráfico y web.....	80
Denis Roa, Asunción 1209 .....	80
2.2.5.3 Determinar el tamaño de la muestra .....	91
2.2.5.4 Seleccionar un procedimiento de muestreo .....	95

2.2.5.4.1	Procedimientos de muestreo probabilístico .....	95
2.2.5.4.2	Procedimiento de muestreo no probabilístico .....	96
2.2.5.5	Planeamiento de la recolección de la muestra .....	97
2.2.6	Recolección y Procesamiento de los datos. ....	97
2.2.7	Análisis de Datos .....	104
2.8	Estadística.....	104
2.2.8	Presupuesto de Investigación de Mercados .....	125
CAPITULO III .....		126
LINEAMIENTO ESTRATEGICO .....		126
3.1	Lineamiento Estratégico .....	127
3.1.2	Visión.....	127
3.1.3	Misión .....	127
3.1.4	Valores .....	128
3.1	Análisis de Macrosegmentación .....	129
3.2	Análisis de la Microsegmentación .....	132
3.3.-	Análisis de la demanda.....	136
3.3.1	Demanda de la Empresa .....	142
3.4.-	Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter .....	142
3.4.1	Poder de negociación de Clientes .....	143
3.4.2	Poder de negociación de los Proveedores. ....	144
3.4.3	Amenazas de nuevos competidores. ....	145
3.4.5	Amenazas de Productos sustitutos. ....	148
3.4.6	Conclusión del atractivo de la Industria.....	149
3.5	Evaluación de la Estrategia de la Matriz Ansoff.....	150
3.5.1	Matriz Ansoff. (Grafico).....	152
3.5.2	Estrategia seleccionada .....	153
3.5.2.1	Penetración de Mercado.....	153
CAPITULO IV .....		154
Plan de Marketing.....		154
4.1.-	Introducción al Plan de Marketing .....	155
4.1.1.-	Análisis Situacional.....	155
4.1.1.1	Variables Controlables.....	156
4.1.1.2	Variables No Controlables .....	169
4.1.1.3	Cuadro Plano.....	173
4.1.1.4	Matriz de interacción. ....	176
4.1.1.5	Matriz FODA del Plan de Marketing.....	179
4.2	Objetivos de Marketing.....	183
4.4	Plan de Acción .....	185
4.5	Cuadro de Presupuesto del Plan de Marketing .....	195
4.6	Identidad Corporativa .....	196
CAPITULO V .....		202
ADMINISTRACION .....		202
4.2.1	Análisis situacional FODA ADMINISTRATIVO.....	203
4.2.1.1	Variables Controlables.....	203
4.2.1.2	Variables No Controlables .....	210
4.2.1.3	Listado Plano .....	221

4.2.1.4	Matriz de Interacción.....	223
4.2.1.5	Matriz FODA del Plan de Administración.....	225
4.2.2	Objetivos de Administración.....	227
4.2.4	Cuadro de Presupuesto del Plan de Administración.....	235
4.3	Estructura organizacional.....	236
4.3.1	Organigrama.....	237
4.3.1.1	Estructura según Mintzberg.....	242
4.3.1.2	Representación Gráfica según Mintzberg.....	242
4.3.1.3	Ápice Estratégico de Falcontrol S.R.L.....	244
4.3.1.4	Núcleo de Operaciones Falcontrol S.R.L.....	245
4.3.1.5	Línea Media Falcontrol S.R.L.....	246
4.3.1.6	Línea de Staff Falcontrol S.R.L.....	247
4.3.1.7	Clasificación de la estructura organizacional.....	248
4.3.2	Layout.....	251
4.3.2.1	Activos en la Planta.....	255
4.3.3	Manual de Funciones.....	257
4.3.4	Manual de Procedimiento.....	282
4.3.5	Fluxogramas.....	287
4.3.6	Recursos Humanos.....	291
4.4	Análisis de Estructura de Costos.....	291
4.5	Plan de Cuentas.....	296
4.6	Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADES).....	302
4.7	Obligaciones fiscales, Municipales y Laborales.....	305
CAPITULO VI.....		306
ASPECTO ECONOMICO.....		306
5.1	Producto Interno Bruto.....	307
5.2	Balanza Comercial.....	308
5.3	Fluctuación del Tipo de Cambio.....	309
5.4	Comportamiento de la Reserva Monetaria.....	310
5.5	Superávit o Déficit Fiscal.....	311
5.6	Inflación.....	312
5.7	Tasa de Desempleo.....	314
5.8	Salario Mínimo.....	315
5.9	Conclusión.....	316
CAPITULO VII.....		317
PLAN FINANCIERO.....		317
6.1	Introducción.....	318
6.2	Cuadro de inversiones.....	319
6.3	Cuadro de cronogramas de inversiones.....	321
6.4	Cuadro de depreciación.....	323
6.5	Cuadro de servicio de la deuda.....	325
6.6	Cuadro de RRHH.....	327
6.7	Cuadro de cronograma de producción.....	328
6.8	Cuadro de Ingresos.....	328
6.9	Cuadro de Egresos.....	329
6.10	Cuadro de punto de equilibrio.....	330

6.11	Cuadro de capital de trabajo.....	331
6.12	Cuadro de estado de Resultado Proyectado con y sin financiamiento.....	332
6.13	Cuadro de Flujo de Caja proyectado con y sin financiamiento .....	334
6.14	Cuadro de Origen y Aplicación de fondos proyectado con y sin financiamiento.....	336
6.15	Cuadro de Balance Proyectado con y sin financiamiento.....	338
6.16	Ratios Financieros.....	340
6.17	Conclusión del Capitulo Financiero.....	342
	Bibliografía.....	343

## INTRODUCCIÓN

En relación a esto el proyecto contribuye de forma muy significativa proporcionar información para la toma de decisiones en torno al control biológico de plagas y planes de manejo a desarrollar frente al potencial social, ambiental y económico para la sociedad.

En el capítulo I ``ESTRUCURA LEGAL Y JURIDICA`` se analiza todos los procesos legales de la apertura de una S.R.L., además de los tramites de las distintas instituciones por las cuales una empresa de prestación de servicio de control de plagas debe contar.

En el capítulo II ``INVESTIGACION DE MERCADOS``, se verifica la posibilidad real de penetración del producto en el mercado, determinando los riesgos de su ubicación y su posible éxito.

En el capítulo III ``PLAN DE MARKETING``, contiene el análisis FODA enfocado al mercado, y a su potencial demanda del segmento, con el que se prevé visualizar estrategias de proyección.

En el capítulo IV `` ADMINISTRACION``, se definen los aspectos organizacionales y estructurales de la empresa, así como el lineamiento del análisis FODA administrativo, con el que se proyecta un plan de acción pertinente al proyecto.

En el capítulo V ``ECONOMICO``, se agrupan todos los conceptos tanto macroeconómicos y microeconómicos del país, valorados en datos actuales.

En el capítulo VI ``PLAN FINANCIERO``, se establecen las definiciones importantes de los distintos puntos económicos, finalizando con los cuadros financieros que proponen una óptima conclusión del proyecto y su viabilidad para desempeñarse dentro del mercado.