

Administración de Empresas
Servicios de acompañamiento y asistencia a personas de la
tercera edad.
“ASISVIDA S.R.L.”

Alumnas:
Angélica Benítez
Gloria González

Asunción – Paraguay
2019

ÍNDICE

DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
EPÍGRAFE.....	vi
RESUMEN	vii
ÍNDICE.....	viii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	1
Capítulo 1- Concepto del Negocio.....	2
Descripción de la empresa.	2
1.1 Denominación	2
1.1.1 Nombre	2
1.1.2 Naturaleza: Servicios.....	2
1.1.3 Lema:.....	2
1.2 Tipología de empresa.....	2
1.2.1 Justificación de selección	2
1.2.2 Visión.....	3
1.2.3 Misión.....	3
1.2.4 Valores.....	3
1.3 Objetivos Empresariales.....	4
1.3.1 Objetivos Generales.....	4
1.3.2 Objetivos Específicos.....	5
1.4 Localización.	5
1.4.1 Macro Localización.....	5
1.4.2 Micro localización.....	6
1.5 Método de los Factores Ponderados.....	7
1.6 Ventaja competitiva.	8
CAPITULO 2- Aspectos Jurídicos.....	9
2.1 Proceso de apertura del Negocio.....	9
2.1.1 Requisitos para la inscripción de la empresa S.R.L.....	9
2.1.2 Solicitud de rubricación de formularios continuos, para libros contables exigidos: Diario, Mayor, Inventario.....	10
2.1.3 Rubricación de hojas y/o formularios continuos	11
2.2 Matricula del Comerciante.....	12
2.3 Inscripción en el Registro Único de Contribuyente (Ministerio de Hacienda).....	13
2.4 Instituto de Previsión Social.....	13
2.5 Ministerio de Justicia y Trabajo.....	14
2.6 Ministerio de Industria y Comercio. Marcas. Dirección de la propiedad industrial. .	14
2.7 . Patente Municipal	16
2.7.1 PATENTE COMERCIAL E INDUSTRIAL.....	16
2.7.2 LICENCIA COMERCIAL.....	17
2.7.3 PATENTES DE LETREROS.....	17
2.8 Acta de constitución de la Sociedad.	18
2.8.1 Contrato de constitución de la sociedad.....	18

2.9 Leyes que afectan al Proyecto.....	31
2.9.1 Constitución Nacional, Libro 1	31
2.9.2 LEY 1183/85 CÓDIGO CIVIL.	31
2.9.3 LEY 213/93 CÓDIGO LABORAL.....	32
2.9.4 Ley 1034/83, del Comerciante	33
2.9.5 Ley 1352/88, RUC, Ministerio de Hacienda.....	33
2.9.6 Ley 881/81, Régimen Tributario Municipal.....	34
2.9.7 LEY 125/91 Y 2421/04 RÉGIMEN IMPOSITIVO (IVA).....	34
2.9.8 Ley 284/7, Tasas Judicial	34
2.9.9 Ley 1294/98, de Marca.....	35
2.9.10 Ley 836/80, Código Sanitario	35
2.10 Plan Fiscal.....	36
2.11 Presupuesto jurídico inicial.	37
Capítulo 3 – Aspectos Económicos.....	38
3.1 Macroeconomía.	38
3.1.1 Tasa de desempleo.....	38
3.1.2 Producto Interno Bruto (PIB).	39
3.1.3 Variación del dólar.	40
3.1.4 Tasa de Inflación.....	42
3.1.5 Variación del salario mínimo.....	43
Capítulo 4 – Aspectos Administrativos.....	44
4.1 Estructura organizativa.	44
4.1.1 Organigrama General: “ASISVIDA S.R.L.”	44
4.2 Estrategias de recursos humanos.	46
4.2.1 Reglamento Interno de Trabajo	46
4.3 Manual de Procedimientos.	75
4.4 Fluxograma.....	78
4.5 Layout.....	81
Capítulo 5 – Análisis de Mercado.....	83
5.1 Investigación de mercado.	83
5.1.1 Necesidad.....	83
5.1.2 Diseño de la investigación.....	83
5.1.3 Método de recolección, procesamiento y análisis de datos.....	83
5.1.4 Diseñar la muestra	83
5.1.5 Fórmula del tamaño de la muestra:.....	84
5.2 Diseño de la Encuesta	85
Capítulo 6 – Plan de Marketing.....	98
6.1 Análisis de la situación (FODA).....	98
6.2 Marketing Estratégico.	99
6.2.1 Macro-segmentación	99
6.2.2 Micro-segmentación	102
6.3 Marketing Operativo.....	104
6.3.1 Mix de marketing para servicios (7Ps)	104
Capítulo 7 – Aspectos Operacionales.....	106
7.1 Organigrama del sector productivo	106

7.2 Plan operacional.....	107
7.2.1 Organización para la prestación del servicio.....	107
7.2.2 Infraestructura y equipos necesarios.....	108
7.2.3 Principales proveedores (insumos).....	108
Capítulo 8 – Responsabilidad Social.....	109
8.1 Impacto ambiental	109
8.2 Impacto socioeconómico	109
8.3 Impacto cultural	109
8.4 Aspectos éticos de la sustentabilidad del proyecto.....	109
Capítulo 9 – Plan de Expansión	111
9.1 Riesgo interno de expansión.....	111
9.1.1 Escasez de comunicación	111
9.1.2 Falta de personal.....	111
9.1.3 Falta de insumos	111
9.1.4 Estrategias erróneas.....	112
9.2 Riesgo externo de expansión	112
9.2.1 Nueva competencia.....	112
9.2.2 Baja economía.....	112
9.2.3 Precios altos en insumos.....	113
9.3 Barreras de salida.....	113
9.3.1 Compromiso a largo plazo.....	113
9.3.2 Barreras emocionales.....	113
9.3.3 Restricciones sociales y gubernamentales.....	113
9.3.4 Regulaciones laborales.....	113
9.4 Evolución del mercado de referencia.....	114
9.4.1 Adopción y difusión según nuevos compradores.	114
9.4.2 Ampliación de nuevas funciones.....	114
9.4.3 Sustitución tecnológica.	114
Capítulo 10 – Aspectos Financieros	115
Inversiones necesarias y financiaciones.....	115
9.5 Cronograma de inversiones y financiaciones.....	116
9.6 Servicio de la deuda.	117
9.7 Proyección de ventas.	118
9.8 Capital de trabajo bruto y neto.....	119
9.9 Proyección de costos y gastos.....	120
9.9.1 Costos fijos y variables.....	120
9.9.2 Costos del proyecto.....	121
9.10 Mano de obra y cargas sociales.	122
9.11 Estado de resultados.....	123
9.12 Evaluación (VAN – TIR).....	124
9.12.1 VAN Y TIR Sin financiación.....	124
9.12.2 VAN Y TIR Con financiación	125
9.13 Cálculo de depreciaciones y amortizaciones.	126
9.14 Fuente y uso de fondos.....	127
9.15 Punto de equilibrio contable y financiero.....	128

9.16 Balance proyectado.....	129
CONCLUSIONES	130
Técnicas.....	130
Legales.....	130
Económicas.....	130
Sociales.....	131
Ambientales	131
10 Bibliografía	132

RESUMEN

El proyecto presentado es un plan de negocio para la creación de una empresa prestadora de servicios orientada al acompañamiento y asistencia a personas de la tercera edad, mediante la selección, capacitación y promoción de profesionales que brindarán un cuidado integral, gracias a una excelente formación comprobable en el área, lo que implica una gran responsabilidad profesional y personal en la ciudad de Asunción. La empresa tiene por objetivo incursionar en el mercado a nivel nacional en un futuro próximo.

Como alternativa se realiza para el sector prestador de servicios en la región, de tal manera que permita innovar con un nuevo producto y aprovechar al crecimiento del mercado la alta demanda que supone el servicio.

Se analiza además el nivel de rentabilidad que se ajusta a las exigencias del inversionista, con una tasa interna de rendimiento TIR atractiva para los mismos, sin olvidar que se genera expectativa comercial y productiva para la zona al satisfacer las exigencias de los clientes a través de la prestación de un servicio diferenciado, así como el logro de las expectativas de posicionamiento en el mercado en el largo plazo.