

Administración de Empresas

**Academia de Danzas “Arte es Vida” S.R.L.
“La única discapacidad en la vida es la actitud”**

Alumnas:

**Susana Karina Fanego Rivas
Digna Lorena Fretes Fariña**

**Asunción – Paraguay
2016**

ÍNDICE

Introducción	7
Justificación de la idea del proyecto	9
CAPITULO I JURIDICO	19
1.1¿Para qué sirve el Capítulo Jurídico?	20
1.2 Requerimientos Jurídicos.....	20
1.2.1 Nombre o razón social:	20
1.2.2 Tipo de Sociedad: Sociedad de Responsabilidad Limitada	20
1.2.3 Constitución Jurídica.....	21
1.2.3.1 Escritura de constitución	21
1.2.3.2 Inscripciones Registro Público de Comercio	23
1.2.3.3 Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones.....	25
1.2.3.4 Matrícula de Comerciante	27
1.2.3.5 Rúbrica de Libros Contables.....	28
1.2.3.6 Inscripción en la dirección de apoyo del Ministerio de Hacienda (R.U.C.)	29
1.2.3.7 Apertura en la Municipalidad de Asunción.....	30
1.2.3.8 Instituto de Previsión Social (I.P.S.)	32
1.2.3.9 Ministerio de Justicia y Trabajo.....	34
1.2.3.10 Dirección de Propiedad Intelectual (registro de marcas).	35
1.2.3.11 Requisitos para la apertura de Instituciones de Danzas	37
CAPITULO III INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	40
2.1 ¿Para qué sirve la Investigación de Mercado?	41
Necesidad de Información:.....	41
Objetivo de la investigación y necesidad de información:.....	41
Fuentes de datos y diseño de la investigación:.....	42
Diseño del modelo de investigación.....	43
Procedimiento para la recolección de datos:.....	43
Diseño de muestra:.....	44
Recopilación de datos:	44
Procesamiento de datos:.....	44
Análisis de datos:	44
Presentación de datos:	45
Objetivo General	46
2.3 Objetivos y Requerimientos.....	46
2.3.1 Objetivos Comportamentales.....	46
2.3.2 Objetivos Afectivos.....	47
2.3.3 Objetivos Cognitivos.....	48
2.3.4 Variables Sociodemográficos.....	48
2.4 Diseño de Investigación y Fuente de Datos.....	49
2.4.1 Investigación Exploratoria	49
2.4.1.1 Fuente de Datos.....	49
2.4.2 Investigación Concluyente	49
2.4.2.1 Diseño Descriptivo.....	49
2.5 Procedimiento de recolección de datos.....	51

2.6 Diseño de la muestra	60
2.6.1 Paso 1: Definir la población	60
2.6.2. Paso 2: Marco Muestral.....	60
2.6.3 Paso 3: Determinar el tamaño de la muestra	72
2.6.4 Paso 4: Seleccionar un procedimiento de muestreo	73
2.6.5 Paso 5: Seleccionar la muestra	73
2.7 Procesamiento de datos.....	74
2.8 Resultados de la investigación	91
2.9 Presupuesto de Investigación de Mercados.....	92
CAPITULO III PLAN DE MARKETING.....	93
3.1 Análisis de la Macrosegmentación.....	94
3.1.1 Mercado de referencia.....	94
3.1.1.1 Estructura del mercado de referencia	95
3.2 Análisis de la Microsegmentación	96
3.2.1 Etapas de la microsegmentación	96
3.3 Análisis de la Demanda.....	97
3.3.1 Demanda global.....	97
3.3.2 Mercado potencial absoluto	99
3.3.3 Cuota de Mercado	100
3.3.4 Ciclo de vida del producto	102
3.3.4.1 Fase de Introducción	102
3.3.4.2 Fase de crecimiento.....	102
3.3.4.3 Fase de turbulencia.....	102
3.3.4.4 Fase de madurez	102
3.3.4.5 Fase de declive	102
3.4 Plan de Marketing	104
3.4.1 Análisis Situacional.....	104
3.4.1.1 Los elementos de la matriz son:	105
3.4.1.2 Las 7 variables del marketing. Concepto	106
3.5 Variables Controlables.....	107
3.6 Variables no controlables.....	111
3.7 Listado plano de las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas.....	113
3.8 Objetivos del Marketing.....	119
3.8.1 Objetivo 1.....	120
3.8.1.1 Estrategia a utilizar.....	120
3.8.1.2 Plan de acción:	121
3.8.1.3 Tiempo:	121
3.8.2 Objetivo 2.....	122
3.8.2.1 Estrategias a utilizar	122
3.8.2.2 Plan de acción:	122
3.8.2.3 Tiempo:	122
3.8.3 Objetivo 3.....	124
3.8.3.1 Estrategias a utilizar	124
3.8.3.2 Plan de acción:	124

3.8.3.3 Tiempo:	125
3.8.4 Objetivo 4.....	126
3.8.4.1 Estrategias a utilizar	126
3.8.4.2 Plan de acción:	126
3.8.4.3 Tiempo:	127
3.9 Imagen Corporativa.....	128
3.9.1 El Isotipo	128
3.9.2 Isologo de la Academia de Danzas “Arte es Vida”.....	128
3.9.3 Plano técnico y construcción del isologo	129
CAPÍTULO IV ADMINISTRACIÓN.....	136
4.1 Lineamientos Estratégicos.....	137
4.1.1 Misión.....	138
4.1.2 Visión	138
4.1.3 ¿Qué son los Valores?	138
4.1.3.1 Valores de la Academia de Danzas “Arte es Vida”	139
4.1.4 Las 5 fuerzas competitivas de Porter.....	140
4.1.5 Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.....	145
4.1.5.1 Estrategias de crecimiento:.....	146
4.1.5.1.1 Penetración de mercados:.....	146
4.1.5.1.2 Desarrollo de mercados:.....	147
4.1.5.1.3 Desarrollo de productos:	147
4.1.5.1.4 Diversificación:	148
4.2 Plan de Administración	149
4.2.1 Variables Controlables.....	149
4.2.2 Variables no controlables.....	152
4.2.3 Listado plano de Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas	154
4.2.4 Objetivos de Administración.....	160
4.2.5 Objetivo 1.....	161
4.2.5.1 Estrategia a utilizar.....	161
4.2.5.2 Plan de acción:	162
4.2.6 Objetivo 2.....	163
4.2.6.1 Estrategia a utilizar.....	163
4.2.6.2 Tiempo:	164
4.2.6.3 Plan de acción:	164
4.2.7 Objetivo 3.....	166
4.2.7.1 Estrategia a utilizar.....	166
4.2.7.2 Tiempo:	167
4.2.7.3 Plan de acción:	167
4.2.8 Objetivo 4.....	169
4.2.8.1 Estrategia a utilizar.....	169
4.2.8.2 Plan de acción:	170
4.3 Estructura Organizacional.....	171
4.3.1 ¿Qué es un Organigrama?	171
Gráfico 4.2. Organigrama de la Academia de Danzas “Arte es Vida” S.R.L.	171

4.3.1.1 Las partes funcionales de esta organización se dividen cuanto siguen:.....	173
4.3.2 Manual de funciones	175
4.3.3 Manual de procedimientos.....	188
4.3.4 Fluxogramas.....	195
4.3.5 Reclutamiento del personal	203
4.3.5.1 Desarrollo de la estructura del sistema de Recursos Humanos.....	203
4.3.5.2 Fuentes de reclutamiento.....	205
4.3.5.3 Medios de reclutamiento:.....	205
4.3.5.3.1 Reclutamiento interno:	205
4.3.5.3.2 Reclutamiento externo:	206
4.3.5.4 Aplicación del Reclutamiento de la Academia de Danzas “Arte es Vida” S.R.L.....	208
4.3.5.5 Aplicación de Selección del Personal de la Academia de Danzas “Arte es Vida” S.R.L.....	210
4.3.5.6 Inducción general del personal a la Academia de Danzas “Arte es Vida” S.R.L.....	210
4.3.5.7 Reglas de la Academia de Danzas “Arte es Vida” S.R.L.	211
4.4 Estructura de costos.....	215
4.5 Plan de Cuentas.....	217
4.5.1 Con respecto a los requisitos que debe reunir, podemos mencionar:.....	217
4.6 Localización	221
4.6.1 Margen ponderado.....	221
4.7 Layout.....	223
4.7.1 Distribución Layout de la Academia de Danzas “Arte es Vida” S.R.L.	223
4.8 Plan de Remodelación de la Academia de Danzas “Arte es Vida” S.R.L.	225
4.9 Valor aforo	226
4.10 Impuestos a pagar.....	227
4.10.1 Impuesto a la renta (LEY 125/91).....	227
4.10.2 Impuesto al valor agregado	228
CAPÍTULO V ECONÓMICO.....	229
5.1 Indicadores Económicos	230
5.1.1 Producto Interno Bruto.....	230
5.1.1.1 Análisis del PIB por el lado del gasto	231
5.1.2 Balanza Comercial	233
5.1.2.1 Exportaciones.....	233
5.1.2.2 Importaciones.....	235
5.1.2.3 Balanza comercial	237
5.1.3 Fluctuación del tipo de cambio.	238
5.1.4 Comportamiento de la reserva monetaria.....	239
5.1.5 Superávit o déficit fiscal.....	240
5.1.5.1 Política Fiscal	240
5.1.5.2 Recaudación Fiscal.....	240
5.1.6 Inflación	241
5.1.6.1 Comportamiento de precios	243

5.1.6.2 Instrumentos de Regulación Monetaria.....	243
CAPITULO VI FINANCIERO.....	244
CONCLUSIÓN.....	268
ANEXO.....	270
BIBLIOGRAFÍA.....	290