

**Administración de Empresas**

**“Econtainers S.R.L.”**

**Rebeca María Benítez Berdejo**

**Asunción – Paraguay**

**2016**

## ÍNDICE

<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>3</b>
<b>DEDICATORIA</b>	<b>4</b>
<b>INTRODUCCION</b>	<b>15</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>17</b>
<b>CAPITULO I</b>	<b>20</b>
<b>1.1 Introducción al Plan de Negocio</b>	<b>20</b>
1.1.1 Ventajas de Construir con Contenedores	20
<b>1.2 Objetivos</b>	<b>21</b>
1.2.1 Objetivo General	22
1.2.2 Objetivos Específicos	22
<b>1.3 Requerimientos Jurídicos</b>	<b>23</b>
1.3.1 Nombre o Razón Social	23
1.3.2 Aspectos Generales de una Sociedad Responsabilidad Limitada – S.R.L.	23
1.3.2.1 Constitución de una S.R.L.	24
1.3.2.2 Capital Social	24
1.3.2.3 Responsabilidad de Socios	25
1.3.2.4 Transferencia de Cuotas	25
1.3.2.5 Administración	26
1.3.2.6 Fondo de Reserva	27
1.3.2.7 Disolución	27
1.3.3 Proceso de Apertura y legalización de una Sociedad de Responsabilidad Limitada	27
1.3.3.1 Escritura de Constitución y Aporte de Capital	28
1.3.3.2 Inscripción en los Registros Públicos de Comercio y en el Registro Público de Personas Jurídicas	29
1.3.3.3 Matricula de Comerciante	30
1.3.3.4 Inscripción en el Ministerio de Hacienda	30
1.3.3.5 Inscripción Municipal y Solicitud de Patente Comercial	32
1.3.3.6 Inscripción Patronal - Instituto de Previsión Social	33
1.3.3.7 Ministerio de Trabajo Empleo y Seguridad Social	33
1.3.3.8 Rubrica de los Libros Contables	34
Libros a ser Rubricados	35
1.3.3.9 Ministerio de Industria y Comercio - Dirección de la Propiedad Intelectual	36
1.3.3.10 Secretaria del Ambiente	37
1.3.4 Acta de Constitución de la Sociedad	39
1.3.5 Presupuesto Jurídico Inicial de “ECONTAINERS S.R.L.”	44
<b>1.4 Localización de la empresa “ECONTAINERS S.R.L.”</b>	<b>46</b>
1.4.1 Macro Localización	47
1.4.2 Micro Localización	48
1.4.3 Método de los Factores Ponderados	49
1.4.3.1 Cuadro Método de los Factores Ponderados	51
<b>1.5 Plan fiscal</b>	<b>53</b>
<b>CAPITULO II</b>	<b>54</b>

<b>2.1 Estudio de Mercado</b>	<b>55</b>
<b>2.2 Objetivos de la Investigación de Mercado</b>	<b>55</b>
2.2.1 Objetivo Social	55
2.2.2 Objetivo Económico	56
2.2.3 Objetivo Administrativo	56
<b>2.3 Planteamiento y Formulación del Problema</b>	<b>56</b>
2.3.1 Objetivos	56
2.3.1.1 Objetivos Generales	56
2.3.1.2 Objetivos Específicos	56
2.3.2 Tipo de Estudio	57
2.3.2.1 Investigación Exploratoria	57
2.3.2.2 Investigación Concluyente	57
2.3.3 Tipo de Instrumento	57
<b>2.4 Objetivos y Requerimientos de Investigación</b>	<b>58</b>
2.4.1 Objetivos Cognitivos	58
2.4.2 Objetivos Afectivos	58
2.4.3 Objetivos Comportamentales	58
2.4.4 Objetivos Descriptivos de las empresas	59
<b>2.5 Diseño de Investigación y Fuentes de Datos</b>	<b>60</b>
2.5.1 Investigación Exploratoria	60
2.5.2 Investigación Concluyente	60
2.5.2.1 Diseño descriptivo	60
<b>2.6 Procedimiento de Recolección de Datos</b>	<b>61</b>
<b>2.7 Diseño de la Muestra</b>	<b>69</b>
2.7.1 Definición de la Población	70
2.7.2 Marco Muestral	70
2.7.3 Tamaño de la Muestra	71
2.7.4 Selección del Tipo de Muestreo	72
2.7.5 Recolección de los Elementos Muestrales	72
2.7.5.1 Listado de Empresas	73
<b>2.8 Recolección de Datos</b>	<b>74</b>
<b>2.9 Procesamiento de Datos</b>	<b>74</b>
<b>2.10 Análisis de los Datos</b>	<b>74</b>
<b>2.11 Resultado de la Investigación</b>	<b>89</b>
<b>2.12 Presupuesto de Investigación de Mercado</b>	<b>91</b>
<b>CAPITULO III</b>	<b>93</b>
<b>3.1 Marketing Estratégico</b>	<b>93</b>
<b>3.2 Objetivo del Marketing Estratégico</b>	<b>93</b>
<b>3.3 Análisis de la Macrosegmentación</b>	<b>93</b>
<b>3.4 Microsegmentación</b>	<b>95</b>
<b>3.5 Ciclo de Vida del Producto</b>	<b>96</b>
3.5.1 Etapas de la Vida del Producto	96
3.5.1.1 Etapa de Introducción	96
3.5.1.2 Etapa de crecimiento	96
3.5.1.3 Etapa de madurez	96

3.5.1.4 Etapa de declive	96
<b>3.6 Análisis de la Demanda</b>	<b>98</b>
3.6.1 Calculo de la Demanda Global	98
3.6.2 Cálculo del Mercado Potencial Absoluto (techo de mercado)	99
3.6.3 Grafico de la Demanda de “Econtainers S.R.L.”	100
3.6.4. Cuota de Mercado	101
<b>3.7 Estimación de Ventas</b>	<b>102</b>
3.7.1 Cálculo de Estimación de Venta – 1º Año de “Econtainer S.R.L”	102
3.7.2 Cálculo de la Estimación de Ventas del Proyecto	102
<b>3.8 Plan de Marketing</b>	<b>103</b>
3.8.1 Análisis Situacional	104
3.8.1.1 Variables Controlables	104
3.8.1.2 Variables No Controlables	114
3.8.1.3 Listado Plano	116
<b>3.8.1.3.1 Variables Controlables</b>	<b>116</b>
<b>3.8.1.3.2 Variables No Controlables</b>	<b>119</b>
3.8.3.4 Matriz de Interacción	120
<b>3.8.3.4.1 Maxi – Maxi (Fortalezas y Oportunidades)</b>	<b>120</b>
<b>3.8.3.4.2 Maxi – Mini (Fortalezas y Amenazas)</b>	<b>121</b>
<b>3.8.3.4.3 Mini – Maxi (Debilidades y Oportunidades)</b>	<b>121</b>
<b>3.8.3.4.4 Mini – Mini (Debilidades y Amenazas)</b>	<b>122</b>
3.8.3.5 Matriz FODA	123
3.8.3.6 Objetivos, Estrategias y Planes de Acción.	125
<b>3.9 Identidad Corporativa</b>	<b>135</b>
3.9.1 El Logo de “Econtainers S.R.L”	135
3.9.2 Papelería	138
3.9.2.1 Hoja Membretada	138
3.9.2.2 Sobres Membretados	139
3.9.2.3 Factura	140
3.9.2.4 Tarjeta de Presentación	141
3.9.2.5 Carteles	142
3.9.2.6 Remeras	143
<b>3.10 Herramientas de Promoción</b>	<b>144</b>
3.10.1 Modelo de Fan Page Facebook	145
<b>CAPITULO IV</b>	<b>148</b>
<b>4.1 Lineamiento Estratégico</b>	<b>148</b>
4.1.1 Declaración de la Misión	148
4.1.2 Declaración de la Visión	149
4.1.3 Valores	149
4.1.3.1 Valores de “Econtainers S.R.L.”	150
4.1.4 Análisis de la Estructura Competitiva del Sector (Porter)	151
4.1.4.1 Amenaza de los Nuevos Entrantes	152
4.1.4.2 Poder de Negociación con los Clientes	153
4.1.4.3 Poder de Negociación con los Proveedores	154
4.1.4.4 Amenazas de Productos Sustitutos	155

4.1.4.5 Intensidad de Rivalidad entre Competidores	156
4.1.4.6 Conclusión	157
4.1.5 Matriz de Ansoff, Estrategias de Crecimiento	158
4.1.5.1 Estrategia de Penetración de Mercados	159
4.1.5.2 Estrategia de Desarrollo de Nuevos Mercados	159
4.1.5.3 Estrategia de Desarrollo de Nuevos Productos	159
4.1.5.4 Estrategia de Diversificación	160
<b>4.2 Plan de Administración</b>	<b>162</b>
4.2.1 Análisis Situacional – Matriz FODA	162
4.2.1.1 Variables Controlables	162
4.2.1.2 Variables No Controlables	164
4.2.1.3 Listado Plano	166
<b>4.2.1.3.1 Variables Controlables</b>	<b>166</b>
<b>4.2.1.3.2 Variables No Controlables</b>	<b>168</b>
4.2.1.4 Matriz de Interacción	169
4.2.1.5 Matriz FODA	171
4.2.1.6 Objetivos de Administración	173
<b>4.3 Estructura Organizacional</b>	<b>182</b>
<b>4.3.1 Organigrama</b>	<b>182</b>
<b>4.3.2 Funciones de un Organigrama</b>	<b>183</b>
4.3.1.1 Organigrama de “ECONTAINERS S.R.L”	184
<b>4.3.2 Partes funcionales de la Organización, según el criterio de Henry Mintzberg</b>	<b>185</b>
4.3.2.1 El Ápice Estratégico	185
4.3.2.2 El Núcleo Operativo	186
4.3.2.3 La Línea Intermedia	187
4.3.2.4 El Staff de Apoyo	188
<b>4.3.3 Tipos de Estructura según Henry Mintzberg</b>	<b>189</b>
<b>4.3.4 Manual de Organización y Funciones ( MOF )</b>	<b>192</b>
<b>4.3.5 Manual de Procedimientos</b>	<b>204</b>
<b>4.3.6 Fluxogramas</b>	<b>209</b>
<b>4.3.7 Descripción del Proceso de Recursos Humanos</b>	<b>214</b>
<b>4.3.8 Layout</b>	<b>218</b>
<b>4.3.9 Estructura de Costos</b>	<b>222</b>
4.3.9.1 Recurso Humano	222
4.3.9.2 Activo Fijo	223
4.3.9.3 Gastos de Pre inversión	224
<b>4.3.10 Plan de Cuentas</b>	<b>225</b>
<b><i>CAPITULO V</i></b>	<b>232</b>
5.1.1 Producto Interno Bruto (PIB)	232
5.1.2 Análisis del PIB de la actividad Construcción	233
5.1.3 Balanza Comercial	233
5.1.4 Fluctuación del Tipo de Cambio	238
5.1.5 Comportamiento de la Reserva Monetaria	240
5.1.6 Resultado Fiscal	241

5.17 Inflación	242
5.1.8 Salario Mínimo en Paraguay	244
<b>CAPITULO VI</b>	<b>247</b>
<b>6.1.1 Aspecto Financiero</b>	<b>247</b>
6.1.1 Cuadro de Inversiones y Financiamiento	248
6.1.2 Cronograma de Inversiones y Financiaciones	249
6.1.3 Depreciaciones y Amortizaciones	250
6.1.4 Servicio de Deuda	251
6.1.5 Mano de Obra	253
6.1.6 Cronograma de Ventas	254
6.1.7 Ingresos por Ventas	256
6.1.8 Costos Totales	257
6.1.9 Punto de Equilibrio	258
6.1.10 Capital de Trabajo	259
6.1.11 Estados De Resultados Proyectos Con Financiamiento	260
6.1.12 Estados De Resultados Proyectos Sin Financiamiento	261
6.1.13 Flujos De Caja Proyectos Con Financiamiento	262
6.1.14 Flujos De Caja Proyectos Sin Financiamiento	263
6.1.15 Origen Y Aplicación De Fondos Con Financiamiento	264
6.1.16 Origen Y Aplicación De Fondos Sin Financiamiento	265
6.1.17 Balances Proyectados Con Financiamiento	266
6.1.18 Balances Proyectados Sin Financiamiento	267
6.1.19 Indicadores Financieros	268
<b>CONCLUSION</b>	<b>269</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>290</b>

## RESUMEN

La intención de este trabajo es realizar un análisis de diferentes aspectos para la puesta en marcha de las empresas “*Econtainers S.R.L.*”. Por esto, se hace un estudio de diferentes teorías e investigaciones acordes al tema de trabajado.

El presente trabajo consta de VI capítulos: Plan de Negocio de la empresa, Estudio de Mercado, Plan de Marketing, Administración, Aspecto Económico y por último el Aspecto Financiero.

Dicho estudio se lleva a cabo siguiendo cierto orden, a fin de que resulte útil a los objetivos del trabajo. A continuación, se detallan las principales partes del mismo.

**CAPITULO I:** En el presente capítulo como punto de partida se realiza todos los pasos necesarios para la constitución de la empresa como una “*Sociedad de Responsabilidad Limitada*”, se detalla todos los pasos necesarios que la empresa deberá seguir para constituirse legalmente. También se introduce sobre la idea del “*Plan de Negocios*” de “*Econtainers S.R.L.*” y el método utilizado para determinar la ubicación de la empresa.

**CAPITULO II:** En el capítulo dos se realiza un “*Estudio de mercado*” que nos ayudó a determinar los atributos mejor percibidos por los potenciales clientes, así como la frecuencia y precio que abonan por este tipo de productos. También no arrojó como resultado los competidores instalados en el sector, entre otros aspectos importantes para determinar qué tipo de productos y servicios ofrecerá “*Econtainers S.R.L.*”. Dichos datos utilizamos para determinar la demanda global, mercado potencial y cuota de mercado.

**CAPITULO III:** En cuanto al capítulo el “*Plan de Marketing*” se realiza un estudio de mercado que nos ayudó a determinar los atributos mejor percibidos por los potenciales clientes, así como la frecuencia y precio que abonan por los productos. También nos arrojó como resultado los competidores instalados en el sector, entre otros aspectos importantes para determinar qué tipo de productos y servicios ofrecerá “*Econtainers S.R.L.*”.

**CAPITULO IV** En el capítulo cuatro referentes a “*Administración*” se realiza el estudio del requerimiento de materiales, instalaciones de la empresa, recursos humanos y la estructura de costos. Por otra parte, se analiza la estructura organizacional se define los manuales de funciones y procedimientos correspondiente.

**CAPITULO V** En este capítulo se expone el “*Aspecto económico*”, desarrollando los indicadores económicos muy importantes como producto interno bruto (PIB), balanza comercial, inflación y otros datos relevantes e inherentes al proyecto.

**CAPITULO VI** En éste capítulo se realiza el “*Estudio financiero*” que nos permite determinar la factibilidad de crear la empresa que se dedicara a la modificación de contenedores, una solución empresarial para las empresas que necesiten una respuesta rápida a sus necesidades. En el capítulo financiero, se determina la inversión inicial que permitirá la puesta en marcha de la empresa, el capital de trabajo, la inversión total requerida, el presupuesto de ingresos, presupuesto de egresos, los estados financieros proyectados y punto de equilibrio que deberá alcanzar para cubrir todos sus gastos. Con estos indicadores podemos recomendar la implementación del proyecto