

Ingeniería comercial

“Mr. Informática” S.R.L

Víctor Manuel Benítez Jara

Asunción - Paraguay

2021

INDICE

AGRADECIMIENTO.....	4
INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO I	11
Aspecto Jurídico.....	11
1.1 Introducción a la idea del proyecto.....	11
1.2. Requerimientos Jurídicos.....	12
1.2.1 Nombre o razón social	12
1.2.2 Tipo de Sociedad: Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL).....	12
1.2.3 Constitución Jurídica	17
1.2.3.1 Escritura de Constitución	17
1.2.3.2 Inscripción en el Registro Público de Comercio.	19
1.2.3.3 Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones.....	21
1.2.3.4 Matricula de Comerciante.	22
1.2.3.5 Compra y Rubrica de libros contables.	23
1.2.3.6 Inscripción en la dirección de apoyo del ministerio de hacienda (R.U.C.).....	23
1.2.3.7 Apertura en la Municipalidad De Luque.....	26
1.2.3.8 Instituto de Previsión Social (I.P.S.).....	27
1.2.3.9 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS).....	27
1.2.3.10 Dirección de Propiedad Intelectual (Registro de marcas).	28
1.3 Análisis de factores ponderados para localización de plantas/oficinas	29
1.3.1 Determinación del Peso Relativo por Indicador (% por Indicador)	29
1.3.2 Selección y Justificación de Potenciales Ubicaciones (Ciudades).....	29
CAPITULO II.....	31
Investigación de Mercados.....	31
2.1 Objetivo General de Investigación	32
2.2. Objetivos y Requerimientos de Información.....	32
2.3 Tipo de Investigación.....	35
2.4 Procedimiento de Recolección de Datos.....	37
2.5 Determinación del Plan y Tamaño de la Muestra.....	43
2.6 Codificación y tabulación.....	49
2.6.1 Codificación	49
2.6.2 Tabulación.....	49
2.7 Análisis de datos.....	54
2.8 Informe Final	71
CAPÍTULO III.....	73
Lineamiento Estratégico.....	73
3.1 Análisis de la Macrosegmentación	73
3.2 Dimensión del Mercado	74
3.3 Grupo de Potenciales Compradores.....	74
3.4 Análisis de la Demanda.....	76
3.4.1 Cálculo de la Demanda Global.....	76
3.4.2 Cálculo del mercado potencial absoluto:	78

3.4.3 Cuota de mercado:.....	78
3.4.4 Objetivos Mr. Informática.....	79
3.5 Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter	81
3.6 Matriz Ansoff:	86
3.6.1 Desarrollo de Mercado.....	87
3.6.2 Desarrollo de productos.....	87
3.6.3 Diversificación	88
3.6.4 Penetración de Mercado.....	88
3.6.5 Posicionamiento cualitativo	89
CAPITULO IV	90
PLAN DE MARKETING	90
4.1 Análisis Situacional	91
4.2 Matriz FODA.....	91
4.2.1 Variables controlables.....	91
4.2.2 Descripción de las variables controlables.....	92
4.2.3 Descripción Variables no controlables	97
4.2.4 Listado Plano.....	100
4.2.5 Estrategias.....	102
4.2.6 Matriz de Interacción.	103
4.2.7 Matriz FODA – Plan de Marketing	105
4.3 Objetivos del Plan de Marketing	106
4.4 Plan de acción.....	106
4.5 Resumen de costos por la implementación del Plan de Marketing	110
4.6 Identidad Corporativa	111
CAPÍTULO V.....	113
Plan Administrativo	113
5.1 Lineamiento estratégico (Ápice Estratégico)	113
5.1.1 Misión	114
5.1.2 Visión.....	114
5.1.3 Valores.....	115
5.2 Plan de administración (Dirección Media).....	116
5.2.1 Análisis Situacional – Matriz FODA.....	116
5.2.2 Variables Controlables.....	117
5.2.3 Descripción de Variables no controlables.....	118
5.2.4 Listado plano.	120
5.2.5 Matriz de Interacción.	121
5.2.6 Matriz FODA	123
5.3 Objetivos del Plan de Administración	124
5.4 Estructura Organizacional	130
5.4.1 Estructura de Mintzberg. Concepto:.....	130
5.4.2 Organigrama.....	132
5.4.3 Estructura de la empresa	133
5.4.4 Estructura de Mintzberg.....	136
5.4.5 Análisis de factores ponderados para localización de plantas/oficinas.	138
5.4.6 Selección y Justificación de Potenciales Ubicaciones (Ciudades)	138

5.4.7 Selección y Justificación de Potenciales Ubicaciones (Barrios).....	140
5.4.8 Layout	142
5.4.9 Manual de funciones.....	144
5.4.10 Manual de procedimiento.....	156
5.4.11 Fluxograma de principales procedimientos	159
5.4.12 Recursos Humanos	164
5.5 Medidas preventivas sanitarias para la prevención del covid-19	168
5.5.1 Medidas preventivas sanitarias implementadas por Mr. Informática.	170
5.5.2 Mano de Obra Mr Informática	172
5.6 Costo y precio de venta de productos	174
5.7 Plan de Cuentas.....	176
CAPÍTULO VI	181
Aspecto Económico	181
6.1 Indicadores económicos.	181
6.2 Producto Interno Bruto (PIB).	181
6.3 Balanza Comercial (Importación/Exportación).....	182
6.4 Fluctuación del Tipo de Cambio.....	183
6.5 Comportamiento de la Reserva Monetaria.	184
6.6 Superávit o Déficit Fiscal.	185
6.7 Tasa de Inflación (Medido por IPC).....	187
CAPITULO VII	188
Plan Financiero de la empresa	188
7.1 Cuadro de Inversiones.....	188
7.2 Cuadro de cronograma de Inversiones.....	191
7.3 Cuadro de Depreciación.....	192
7.4 Cuadro de Servicio de la Deuda	193
7.5 Cuadro de RRHH.....	194
7.6 Cuadro de cronograma de producción	195
7.7 Cuadro de Ingresos	196
7.8 Cuadro de Egresos.....	197
7.9 Cuadro de punto de equilibrio	198
7.10 Cuadro de cálculo de Capital de Trabajo	199
7.11 Cuadro de Estado de Resultado Proyectado con y sin financiamiento	200
7.12 Cuadro de Flujo de Caja Proyectado con y sin financiamiento.....	201
7.13 Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectado con Financiamiento.....	202
7.14 Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectado sin Financiamiento.....	203
7.15 Cuadro de Balances Proyectado con financiamiento.....	204
7.16 Cuadro de Balances Proyectado sin financiamiento	205
Conclusión.....	206
Bibliografía	207
ANEXOS.....	208

RESUMEN

MR. INFORMATICA S.R.L será una empresa dedicada a la venta de insumos y artículos informáticos, contando también con servicio de asistencia técnica que ofrecerá un servicio distinto a lo habitual con la implementación de nuevas tecnologías, basadas en las necesidades del público del sector en el área de informática, tales como trabajadores, estudiantes y/o simplemente personas que utilizan estas herramientas tecnológicas con el fin de entretenerse.

La empresa contará con una oficina en una zona accesible y estratégica, en la ciudad de Luque, área metropolitana, donde se realizarán la recepción de clientes tanto como para la venta como así también para el servicio de mantenimiento de los equipos requeridos. El proyecto buscara obtener ganancias con este desarrollo a través de las actividades responsables del control permanente en el servicio, calidad de personal y marketing para posicionarse con promociones y precios accesibles al mercado actual.

Cabe mencionar que en la actualidad ha crecido excesivamente el número de usuarios de equipos informáticos debido a la utilidad que la tecnología ofrece tanto como para realizar los trabajos cotidianos como para poder estudiar y formarse académicamente.

El tipo de sociedad de la empresa es la de Responsabilidad Limitada (S.R.L), elegida por ser la más sencilla en cuanto a trámites burocráticos, tanto en la constitución como en el funcionamiento, con una gestión más sencilla que otros tipos de sociedades, también una investigación de mercado, que nos ayudará a encaminarnos a servicios más accesibles y prácticos a la hora de adquirir un artículo informático o requerir algún tipo de servicio, en base a las necesidades de los consumidores.