

Ingeniería Comercial

COMPU SOLUTIONS S.R.L

Medina Recalde, Leticia Adriana

Asunción – Paraguay

2020

ÍNDICE

Índice	IV
Índice de Tablas.....	XI
Índice de Imágenes.....	XIV
Índice de Gráficos.....	XV
Dedicatoria.....	XVI
Agradecimientos.....	XVII
Introducción a la Idea del Proyecto.....	XVIII
1 Jurídico	2
1.1 Requerimientos Jurídicos de acuerdo al tipo de Sociedad a constituirse.....	2
1.1.1 Nombre o razón social	2
1.1.2 Tipo de Sociedad.....	2
1.1.2.1 Otros tipos de sociedades:.....	3
1.1.3 Constitución Jurídica.....	4
1.1.4 Escritura de Constitución	4
1.1.5 Depósito de Garantía en un banco oficial	7
1.1.6 Inscripciones Registro Público de Comercio.	8
1.1.7 Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones.....	9
1.1.8 Compra y Rúbrica de libros contables.....	10
1.1.8.1 Libros Obligatorios de una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.).....	11
1.1.9 Inscripción en la dirección de apoyo del ministerio de hacienda (R.U.C.).....	12
1.1.10 Apertura en la Municipalidad de Asunción (Patentes)	13
1.1.11 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.....	16
1.1.12 Registro en el Instituto de Previsión Social (IPS).....	17
1.1.13 Dirección de propiedad intelectual (Registro de Marcas).....	18
1.1.14 Resumen de Costos de Trámites Jurídicos.....	20
1.2 Métodos de los Factores Ponderados.....	21
1.2.1 Macro Localización.....	21
1.2.2 Micro Localización	22
2 Investigación de Mercados.....	25
2.1 Objetivo general de investigación.....	25
2.1.1 Objetivo General.....	25
2.2 Objetivos y Requerimientos.....	25
2.3 Tipos de Investigación.....	28
2.3.1 Investigación Exploratoria	28
2.3.2 Investigación Concluyente	28
2.3.2.1 Diseño descriptivo	28
2.4 Procedimiento de recolección de datos.....	29
2.4.1 Diseño de recolección de datos.....	30
2.5 Determinación el plan y el tamaño de la muestra	39
2.6 Paso 5. Seleccionar la muestra.....	53
2.7 Codificación y Tabulación.	53
2.8 Análisis de Datos.....	54
2.8.1 Análisis Descriptivo.....	54

2.9 Conclusión – Informe.....	69
2.10 Costo de la Investigación de mercado.	70
3 Lineamiento Estratégico	72
3.1 Análisis de la Macrosegmentación.....	72
3.1.1 Mercado de Referencia.....	72
3.2 Análisis de la Macrosegmentación.....	74
3.2.1 Análisis de la implementación.....	74
3.2.2 <i>Ciclo de vida del producto o servicio</i>	74
3.3 Análisis de la Demanda.....	75
3.3.1 <i>Cálculo de la Demanda Global</i>	75
3.3.2 <i>Cálculo del Mercado Potencial Absoluto</i>	76
3.3.3 <i>Cuota de Mercado</i>	76
3.4 Análisis de las cinco fuerzas de Porter.....	77
3.5 Evaluación de la Estrategia de la Matriz de Ansoff	82
3.6 Posicionamiento.....	83
3.7 Atributos de diferenciación	83
4 Plan de Marketing.....	85
4.1 Análisis Situacional	85
4.1.1 <i>Variables controlables.</i>	85
4.1.1.1 <i>Producto:</i>	85
4.1.1.2 <i>Precio:</i>	86
4.1.1.3 <i>Promoción:</i>	87
4.1.1.4 <i>Plaza/Distribución:</i>	88
4.1.1.5 <i>Evidencia física:</i>	88
4.1.1.6 <i>Personal Interno:</i>	89
4.1.1.7 <i>Procesos Internos:</i>	90
4.2 Variables no Controlables.....	90
4.2.1 <i>Competencia:</i>	90
4.2.2 <i>Consumidores:</i>	91
4.2.3 <i>Entorno:</i>	91
4.3 Listado Plano.....	92
4.4 Matriz de Interacción.....	94
4.5 Análisis FODA	96
4.6 Objetivos del Plan de Marketing	100
4.6.1.2 <i>Medios de comunicación</i>	101
4.6.2 <i>Objetivo 2</i>	104
4.6.3 <i>Objetivo 3</i>	106
Cuadro de Resumen de Inversión para cada Objetivo.....	108
4.8 Proyección estimada de facturación	108
4.9 Identidad Corporativa	109
4.9.1 <i>El logo de Compu Solutions S.R.L.</i>	109
4.9.2 <i>Resumen de Costos de Identidad Corporativa</i>	112
5 Administración	114
5.1 Lineamiento estratégico	114
5.1.1 <i>Visión</i>	114

5.1.2 Misión	114
5.2 Plan de Administración	114
5.2.1 Análisis Situacional – Matriz FODA.....	114
5.2.2 Objetivos	122
5.2.2.5 Proyección del Costo Total del Plan de Administración.....	125
5.3 Estructura Organizacional	126
5.3.1 Organigrama	129
5.3.2 Layout	131
5.3.3 Manual de Funciones	131
5.3.4 Manual de Procedimientos.	134
5.3.5 Fluxogramas	134
5.3.6 Recursos humanos	137
5.3.6.1 Proceso de selección del personal.	137
5.3.6.2 Código Laboral – Trabajo:.....	138
5.4 Localización de la empresa u organización.	140
5.5 Activos Fijos.....	141
5.6 Análisis de Estructura de Costos.....	141
5.7 Plan de Cuentas.....	142
5.8 Protocolo Sanitario Covid-19.....	148
6 Aspecto Económico.	150
6.1 Producto Interno Bruto (PIB)	150
6.2 Balanza Comercial (Importación/Exportación).....	150
6.3 Fluctuación del Tipo de Cambio.....	151
6.4 Comportamiento de la reversa monetaria	152
6.5 Déficit fiscal.....	153
6.6 Inflación.....	154
7 Aspecto Financiero	158
7.1 Cuadro 1: Inversiones.....	158
7.2 Cuadro 2: Cronograma de Inversión y Financiamiento.....	159
7.3 Cuadro 3: Depreciaciones y Amortizaciones	160
7.4 Cuadro 4: Servicio de Deuda.....	161
7.5 Cuadro 5: Mano de Obra.....	163
7.6 Cuadro 6: Cronograma de Producción y Ventas.....	163
7.7 Cuadro 7: Ingresos por Ventas.....	164
7.8 Cuadro 8: Costos Totales.....	164
7.9 Cuadro 9: Punto de Equilibrio	165
7.10 Cuadro 10: Capital de Trabajo	166
7.11 Cuadro 11: Estado de Resultado con Financiamiento.....	167
7.12 Cuadro 12: Estado de Resultado sin Financiamiento	168
7.13 Cuadro 13: Flujo de Caja Proyectado con Financiamiento	169
7.14 Cuadro 14: Flujo de Caja Proyectados sin Financiamiento	170
7.15 Cuadro 15: Origen y Aplicación de Fondos con Financiación	171
7.16 Cuadro 16: Origen y Aplicación de Fondos sin Financiamiento.....	172
7.17 Cuadro 17: Balance Proyectado con Financiamiento.....	172
7.18 Cuadro 18: Balance Proyectado sin Financiamiento.....	173

7.19 Cuadro 19: Ratios Financieros.....	174
Conclusión.....	176
Recomendaciones	177
Bibliografía	178
ANEXOS.....	180

INTRODUCCIÓN

La idea de negocio es una ocasión inigualable para desarrollar todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la vida universitaria.

El presente plan de Negocio analiza la viabilidad del proyecto empresarial Compu Solutions S.R.L.

Compu Solutions S.R.L es una empresa de soluciones informáticas que ofrecerá a sus clientes soporte técnico, desarrollo de software, diseño y migración de datos y reparación de maquinarias.

El proyecto surge de la experiencia personal y profesional en el sector de las nuevas tecnologías, un campo en permanente crecimiento y renovación, donde el perfil de clientes incorpora progresivamente a empresas de menor tamaño que emplean la tecnología para incrementar sus ventas, ahorrar costes y mejorar su competitividad.

Con esta empresa buscamos Garantizar servicios informáticos desarrollados e implementados con las mejores prácticas que son:

- ✓ Adecuado manejo de sus recursos informáticos.
- ✓ Optimización de recurso dependiendo de servicios contratados.
- ✓ Asesoría en definición asegurando adaptación de la tecnología al negocio. ✓ Acceso a actualización de herramientas y soporte técnico
- ✓ Herramientas on-line y de colaboración para soporte y consultas.
- ✓ Desarrollar alianza estratégica que permita a las empresas desarrollar sus potencialidades.