

**Administración de Empresas**

**REYCOB S.R.L.**  
**“Reyes en Cobranzas”**

**Laura Josefina Reyes Britos**

**Asunción - Paraguay**  
**2017**

## ÍNDICE

<b>Agradecimiento</b> .....	2
<b>Dedicatoria</b> .....	3
<b>Índice</b> .....	4
<b>Abreviaturas</b> .....	7
<b>Introducción</b> .....	11
<b>Resumen Ejecutivo</b> .....	12
<b>CAPITULO I</b> .....	14
<b>“Idea de Negocio”</b>	
1.1. Introducción a la idea del proyecto	
1.2. Requerimientos Jurídicos	
1.2.1.- Nombre o razón social	
1.2.2. Tipo de Sociedad	
1.2.3. Constitución jurídica	
1.2.3.1. Escritura de constitución	
1.2.3.2. Inscripciones registró público de comercio.	
1.2.3.3. Inscripción en el registro público de personas jurídicas y asociaciones.	
1.2.3.4. Matricula de comerciante.	
1.2.3.5. Rubrica de libros contables.	
1.2.3.6. Inscripción en la dirección de apoyo del ministerio de hacienda (R.U.C.).	
1.2.3.7. Apertura en la municipalidad involucrada (patentes).	
1.2.3.8. Instituto de previsión social (I.P.S.).	
1.2.3.9. Ministerio de Justicia y trabajo.	
1.2.3.10. Dirección de propiedad intelectual (registro de marcas).	
1.3. Localización de la empresa u organización	
1.3.1. Método de factores ponderados para decidir la localización	
<b>CAPÍTULO II</b> .....	27
<b>2. Investigación de Mercados</b>	
2.1. Objetivo general de investigación.	
2.2. Establecer el o los objetivos de la investigación	
2.3. Definir los tipos de Investigación a utilizarse	
2.4. Procedimiento de recolección de datos	
2.5.- Determinación del plan y tamaño de la muestra.	
2.6.-Recolección de datos	
2.7.- Codificación y tabulación	
2.8.- Análisis de datos	
2.9.- Conclusiones/Informe	
<b>CAPITULO III</b> .....	57
<b>3. Lineamiento Estratégico</b>	
3.1.- Análisis de la Macro segmentación	
3.2.- Análisis de la Demanda	
3.3.- Análisis de la estructura competitiva sector (Porter)	
3.4. Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.	
<b>CAPITULO IV</b> .....	75

<b>4. Plan de Marketing</b>	
4.1.- Análisis situacional	
4.2. Objetivos del Plan de Marketing	
4.3. Estrategias	
4.4. Planes de Acción	
4.5. Realizar su identidad corporativa	
<b>CAPITULO V .....</b>	<b>105</b>
<b>5. Administración</b>	
5.1. Plan de Administración	
5.1.1. Análisis situacional	
5.1.2. Objetivos de administración	
5.1.3. Estrategias	
5.1.4. Planes de acción.	
5.2. Estructura organizacional	
5.3. Análisis de estructura de costos.	
5.4. Plan de cuentas.	
<b>CAPITULO VI .....</b>	<b>157</b>
<b>6. Aspecto económico</b>	
6.1.- Aspecto Económico	
<b>CAPITULO VII .....</b>	<b>167</b>
Plan financiero de la empresa	
· Cuadro de inversión	
· Cuadro de cronograma de inversión	
· Cuadro de depreciación	
· Cuadro de R.R.H.H.	
· Cuadro de cronograma de producción	
· Cuadro de ingresos	
· Cuadro de egresos	
· Cuadro de puntos de equilibrio	
· Cuadro de cálculo del capital de trabajo	
· Cuadro de estado de resultado	
· Cuadro de flujo de caja	
· Cuadro de origen y aplicación de fondos	
· Cuadro de balances proyectado	
<b>CONCLUSIÓN .....</b>	<b>185</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>186</b>

## **RESUMEN**

**TEMA: PROYECTO PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA “REYCOB S.R.L” EN LA CIUDAD DE ASUNCION.**

**CAPITULO I:** Con la finalidad de elaborar el plan de negocios de la empresa en el capítulo uno se plantea la idea del negocio, se escribe los pasos para la creación y constitución de una S.R.L, también se define la ubicación de la empresa a través del método de factores ponderados para determinar la ubicación estratégica de la empresa denominada “REYCOB S.R.L.”

**CAPITULO II:** En este capítulo se muestra en detalle el estudio del mercado realizado, la demanda esperada, la oferta existente, los precios, nombre de la empresa, canal y estrategias de comercialización a utilizar para vender y dar a conocer el servicio.

**CAPITULO III:** En este capítulo se hallará el Lineamiento estratégico (Ápice estratégico), realizar el mercado de referencia, para poder definir la Misión, Visión y analizar a los competidores en general

**CAPITULO IV:** En este capítulo se desarrolla el plan de marketing para el mismo se realizó el análisis situacional utilizando la técnica FODA que nos permitió identificar objetivos para el plan de marketing, se estableció las estrategias con su respectivo plan de acción el cual se valorizo y se obtuvo la inversión o costo del plan.

**CAPITULO IV:** En el capítulo cuarto referente a administración se realiza el estudio, requerimiento de materiales, recurso humano, se analiza la estructura organizacional, se define los manuales de funciones y procedimientos correspondientes.

**CAPITULO V:** El capítulo cinco refiere al aspecto económico, desarrollando los indicadores económicos como producto interno bruto (PIB), balanza comercial entre otras variables relevantes que podrían afectar al proyecto.

**CAPITULO VI:** En este apartado se realizó la cuantificación de los recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto, así como la evaluación de los resultados obtenidos de los estados financieros a través de técnicas de evaluación financieras (VAN y TIR) a fin de conocer la rentabilidad y viabilidad del proyecto.