

Administración de Empresas

“HOGAR DEL SEÑOR S.R.L.”

Donde su estadía, cobra vida

Alumnos:

Richard Neufeld

Robert Pereira

Asunción - Paraguay

2016

INDICE

INDICE.....	4
1 INTRODUCCIÓN	11
2 RESUMEN EJECUTIVO	12
3 CAPÍTULO I.....	13
3.1 INTRODUCCIÓN A LA IDEA DEL PROYECTO	13
3.2 REQUERIMIENTOS JURÍDICOS.....	13
3.2.1 Nombre o razón social	13
3.2.2 Tipo de Sociedad.....	13
3.2.3 Constitución jurídica.....	14
3.2.3.1 Constitución de la firma denomina “Hogar del Señor S.R.L.”	14
3.2.3.2 Aspectos jurídicos de la empresa	17
3.2.3.3 Requisitos para la inscripción de la Empresa (S.R.L.).....	20
3.2.3.4 Inscripción en los registros públicos.....	21
3.2.3.5 Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (RUC) ...	21
3.2.3.6 Rúbrica de Libros Contables.....	22
3.2.3.7 Patente Comercial	23
3.2.3.8 Plan fiscal de la empresa	24
3.3 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA U ORGANIZACIÓN.....	27
4 CAPÍTULO II: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	29
4.1 OBJETIVO GENERAL DE INVESTIGACIÓN.	29
4.2 OBJETIVOS GENERALES.....	29
4.2.1 Objetivos cognitivos	29
4.2.2 Objetivos afectivos.....	29
4.2.3 Objetivos sociodemográficos.....	30
4.2.4 Objetivos comportamentales.....	31
4.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y FUENTE DE DATOS.	31
4.3.1 Investigación Exploratoria	32
4.3.1.1 Diseño de Exploratoria.....	32
4.3.1.2 Diseño de Investigación.....	32
4.4 PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	34
4.5 DEFINICIÓN DE LA MUESTRA.....	45
4.5.1 Paso 1 – Definir la Población.....	45
4.5.2 Paso 2 – Identificar el marco muestral.....	45
4.5.3 Paso 3 – Determinar el Tamaño de la Muestra.	46
4.5.4 Paso 4: Seleccionar un proceso de muestreo	46
4.5.4.1 Tipos de Muestreos no probabilísticos.....	47
4.5.5 Paso 5.....	49
4.5.5.1 Recolección de Información del Marco Muestral.....	49
4.6 ANÁLISIS DE DATOS	50
4.6.1 Conclusión	60
5 CAPÍTULO III: PLAN DE MARKETING	61
5.1 ANÁLISIS DE LA MACRO SEGMENTACIÓN	61

5.2 ANÁLISIS DE LA MICRO SEGMENTACIÓN.....	63
5.3 ANALISIS DE LA DEMANDA.....	65
5.3.1 Calculo demanda global.....	65
5.3.2 Calculo mercado potencial absoluto	66
5.3.3 Cuota de mercado	67
5.3.4 Objetivo de ventas para el primer año	67
5.4 PLAN DE MARKETING	68
5.4.1 Análisis Situacional	69
5.4.1.1 DESCRIPCIÓN VARIABLES CONTROLABLES (MKT MIX, LOS 7 P'S).....	71
5.4.1.1.1 PRODUCTOS/SERVICIOS:.....	71
5.4.1.1.2 PRECIOS:.....	74
5.4.1.1.3 PROMOCIÓN O COMUNICACIÓN:.....	75
5.4.1.1.4 Plaza o Localización.....	76
5.4.1.1.5 Evidencia física.....	77
5.4.1.1.6 Personal Interno.....	77
5.4.1.2 Variables no controlables.....	77
5.4.1.2.1 Consumidor o Cliente:.....	79
5.4.1.2.2 COMPETENCIA.....	79
5.4.1.2.3 Entorno Tecnológico	82
5.4.1.2.4 Entorno Económico	83
5.4.1.3 Listado plano.....	84
5.4.1.4 MATRIZ DE INTERACCIONES	87
5.4.1.5 FODA.....	88
5.4.2 Objetivos, estrategias y planes de accion.....	89
5.4.2.1 Objetivo 1.....	89
5.4.2.2 Objetivo 2.....	91
5.4.2.3 Objetivo 3.....	93
5.4.2.4 Objetivo 4.....	95
3.4.2.4 Resumen de los objetivos	96
6 IMAGEN CORPORATIVA	97
6.1 LOGO	97
6.2 SLOGAN.....	97
6.3 LA IMAGEN CORPORATIVA	97
6.4 CONCEPTO.....	97
6.5 VALORES.....	98
7 CAPITULO IV: ADMINISTRACIÓN.....	100
7.1 LINEAMIENTO ESTRATÉGICO (ÁPICE ESTRATÉGICO).....	100
7.1.1 Declaración de la Visión.....	100
7.1.2 Declaración de la Misión	100
7.1.3 Análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter)	100
7.1.3.1 Barreras de entrada y de salida.....	102
7.1.3.2 Barreras de entrada.....	102
7.1.3.3 Barreras de salida	102
7.1.3.4 Productos sustitutivos.....	103

7.1.3.4.1 Estrategia de actuación frente a la competencia	103
7.1.3.5 Estrategia de crisis: retirarse, resistir o reinventarse.....	104
7.1.3.6 Conclusión.....	107
7.1.4 Planeamiento de Ansoff.....	108
7.2 PLAN DE ADMINISTRACIÓN (DIRECCIÓN MEDIA).....	110
7.2.1 Análisis Situacional – Matriz FODA.....	110
7.2.1.1 Variables Controlables:.....	111
7.2.1.2 Variables no controlables:.....	114
7.2.1.3 Listado Plano.....	116
7.2.1.4 Matriz de Interacciones.....	119
7.2.1.5 FODA.....	121
7.2.2 Objetivos de Administración.	122
7.2.2.1 Objetivo 1.....	122
7.2.2.2 Objetivo 2.....	123
7.2.2.3 Objetivo 3.....	124
7.2.2.4 Objetivo 4.....	125
7.3 Estructura Organizacional	126
7.3.1 Organigrama	127
7.3.1.1 Estructura Simple	127
7.3.1.2 Burocracia Profesional.....	127
7.3.1.3 Burocracia Maquinal.....	129
7.3.1.4 Adhocracia	130
7.3.1.5 Estructura divisionalizada	131
7.3.1.6 Las cinco partes fundamentales de la Organización:.....	132
7.3.1.7 Mecanismos Coordinadores.....	133
7.3.2 Layout	136
7.3.3 Manual de funciones.....	137
7.3.3.1 INGENIERIA DEL PROYECTO.....	147
7.3.4 Descripción técnica del manual de proceso	148
7.3.4.1 Flujograma de proceso del servicio del “Hogar del Señor”.....	149
7.3.5 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE RECURSOS HUMANOS.	154
7.3.5.1 Pre-Selección del personal	154
7.3.5.2 Selección final del personal	154
7.3.5.3 Orientación y capacitación del personal	154
7.3.5.4 Evaluación del personal	154
7.3.5.5 SALARIOS Y CARGAS SOCIALES.	155
7.4 ANALISIS DE ESTRUCTURA DE COSTOS.....	156
7.5 PLAN DE CUENTAS.....	158
8 CONCLUSIÓN	164
9 ANEXOS.....	166
10 BIBLIOGRAFÍA	179
CUADROS FINANCIEROS.....	181

RESUMEN

El presente Trabajo Final de Carrera consiste en el desarrollo de un Plan de Empresa basado en la creación de un establecimiento residencial para adultos mayores valientes, en el Barrio Villamorra de Asunción Paraguay. La motivación de este proyecto radica en el hecho que se trate de uno de los sectores, el de las residencias de ancianos, que en Paraguay aún es poco conocida y explotada, donde son escasas las competencias a nivel de empresas privadas y estatales que ofrecen el servicio, pero donde las oportunidades son muchas. Es un sector que se encuentra en expansión debido al envejecimiento de la población junto a diversos cambios sociales que han transformado el estilo de vida de nuestra sociedad. Se puede afirmar que, hoy en día, las residencias de tercera edad están de moda debido a la evolución del concepto de “residencia” producida en la sociedad. Las residencias han pasado de ser considerados “asilos” para las personas más desprotegidas a considerarse “hoteles” con atención sanitaria. La Residencia HOGAR DEL SEÑOR, pretende basar su actividad en la prestación de servicios propios de un centro residencial contando con las mejores instalaciones y un equipo humano especializado. Para describir y desarrollar esta oportunidad de negocio, se realiza un Plan de Empresa que examina la viabilidad técnica, económica y financiera, y explica todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir esta oportunidad en un proyecto empresarial. En primer lugar, el Plan de Empresa realiza un análisis minucioso del entorno para poder definir la situación actual del sector como también la parte jurídica y legal. También estudia la situación interna de la empresa para poder definir sus puntos fuertes y débiles frente a la competencia, así como las oportunidades y las amenazas a las que se enfrenta la empresa dentro del sector en el que actúa. Seguidamente, el Plan de Marketing define el público objetivo del HOGAR DEL SEÑOR y sirve de guía para la aplicación de medidas estratégicas para darse a conocer y conseguir captar la cuota de mercado necesario para obtener beneficios., En nuestro Plan de Administración se define un Plan de Operaciones de Recursos Humanos y el organigrama que detalla todas las operaciones de la empresa así como el personal necesario para realizarlas, describiendo detalladamente las tareas y horarios de cada empleado. En cuanto a la parte financiera se considera que el proyecto es viable y que las perspectivas a futuro son de gran éxito para la empresa. Palabras clave: residencia de ancianos, envejecimiento de la población, instalaciones, equipo humano