

Ciencias Contables y Administrativas

SAIBOT S.R.L.
Servicios Publicitarios

Alumnas:
Giselle Carolina Santander Barrientos
Elena Leticia Vega Céspedes

Asunción – Paraguay
2016

INDICE

INTRODUCCIÓN	07
RESUMEN EJECUTIVO	08
Capítulo 1 ANTECEDENTES DEL PROYECTO	10
1.1- Idea de Negocio	11
1.2- Justificación	12
1.3- Naturaleza del Negocio	13
1.4- Alcance de la Idea Negocio	14
1.4.1- Mercado Global.	14
1.4.2- Mercado Potencial	14
1.5- Ventaja Competitiva	15
1.6- Investigación de Mercado	16
1.6.1- Proceso de la Investigación de Mercado	17
1.7- Análisis Económico de Contexto País	28
1.7.1- Producto Interno Bruto	28
1.7.2- Variación del Dólar	29
1.7.3- Índice de Desempleo	30
1.7.4- Inflación	31
1.7.5- Variación del Salario Mínimo	33
1.7.6- Elasticidad Oferta y Demanda	34
1.7.6.1- La elasticidad de la oferta	34
1.7.6.2- La elasticidad de la demanda	35
1.8- Análisis de la Oferta	36
1.8.1- Principales Competidores	36
1.8.2- Productos Sustitutos	38
1.8.3- Análisis de la Estructura Competitiva	39
1.9- Análisis de la Demanda	44
1.9.1- Posibles Clientes	44
1.9.2- Estadística Relacionada al Consumo de los Productos	45
1.9.3- Relevamiento de Interés	45
Capítulo 2 PLANIFICACION EMPRESARIAL	47
2.1- Descripción de la Empresa	48
2.2- Misión	49
2.3- Visión	49
2.4- Valores	49
2.5- Objetivo General y Objetivos Específicos	50
2.5.1- Objetivo General	50
2.5.2- Objetivo Especifico	50
2.6- Estructura Organizacional	51
2.7- Análisis Situacional	52
2.8- Planificación de la Localización	53
2.9- Estructura de Mintzberg	56
2.10- Políticas y Reglamentos	57

2.10.1-Manual de Funciones	58
2.10.2-Fluxograma	66
2.10.3- Manual de Procedimientos	68
2.10.3- Descripción del Proceso	68
2.10.4- Layout	70
2.11- Aspectos Jurídicos de la Empresa	72
2.11.1- Requisitos para la inscripción de una S.R.L.	73
2.11.2- Escritura de Inscripción y Aporte de Capital	74
2.11.3- Depósito de Garantía en un Banco Oficial	75
2.11.4- Al respecto del código civil	76
2.11.5- Inscripción en el Registro Público de Comercio y en el Registro Público de Personas Jurídicas	76
2.11.6- Matricula del Comerciante	77
2.11.7- Obtención del RUC	78
2.11.8- Rubricación de Libros	79
2.11.9- Reservas Legales	81
2.11.10- Publicación	81
2.11.11- Inscripción en el IPS	83
2.11.12- Ministerio de Trabajo Empleo y Seguridad Social	85
2.11.13- Inscripción en la Municipalidad	87
2.11.14- Inscripción en el Ministerio Industria y Comercio	89
2.11.15- SUACE	92
2.11.16- Cuadro de Gastos de Constitución	93
2.12- Plan Fiscal de la Empresa	94
2.13- Acta de Constitución	95
2.14- Plan operacional	102
Capítulo 3 PLAN DE COMERCIALIZACIÓN	106
3.1- Marketing Estratégico	107
3.1.1- Macro segmentación	107
3.1.1.1- Matriz de Macro segmentación	108
3.1.2- Identificación de Módulos Producto- Mercado	109
3.1.3- Micro segmentación	110
3.1.3.1-Etapas de la Estrategia de Segmentación	110
3.1.3.2.- Estrategias	110
3.1.4- Estrategia de Porter	112
3.1.5- Estrategia de Ansoff	113
3.2- Marketing Operativo	114
3.2.1- Mix de Marketing para Productos 7 P's	114
Capítulo 4 PLANIFICACION FINANCIERA	125
4.1- Cuadro 1 Inversión y Financiamiento	126
4.2- Cuadro 2 Cronograma de Inversión y Financiamiento	127
4.3- Cuadro 3 Servicio de Deuda	128
4.4- Cuadro 4 Ventas del Proyecto	129
4.5- Cuadro 5 Capital de Trabajo Requerido	130

4.6- Cuadro 6-I Estructura de Costos Fijos y Variables	131
4.7- Cuadro 6 Costos del Proyecto	132
4.8- Cuadro 7 Estados de Resultados Projectados	133
4.9- Cuadro 8 Cálculo de la rentabilidad del proyecto con Financ.	134
4.10- Cuadro 8 Cálculo de la rentabilidad del proyecto sin Financ.	134
4.11- Cuadro 9 Cálculo de Depreciación y Amortización	135
4.12- Cuadro 10 Fuentes y Usos de Fondos	135
4.13- Cuadro 11 Cálculo del Punto de Equilibrio	136
4.14- Cuadro 12 Balances Projectados	137
4.15- Cuadro – Mano de obra	138
4.16- Tasa de Corte	139
Capítulo 5 PLANIFICACION CONTABLE	140
5.1- Plan de Cuentas	141
5.2- Manual de Cuentas	146
5.3- Balance General	163
5.4- Estado de Resultados	166
5.5- Nota a los Estados Contables	169
Capítulo 6 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	177
6.1- Responsabilidad Social Empresarial	178
6.2- Impacto Ambiental	179
6.3- Impacto Socioeconómico	180
6.4- Impacto Cultural	180
6.5- Aspectos Éticos de la Sustentabilidad del Proyecto	181
Capítulo 7 PLAN DE EXPANSION EMPRESARIAL	182
7.1- Plan de Expansión Empresarial	183
7.2- Riesgos de la Expansión	183
7.2.1- Riesgos Internos de Expansión	184
7.2.2- Riesgos Externos de Expansión	184
7.2.3- Barreras de Salida	185
7.3- Adopción y Difusión según nuevos Compradores	186
Conclusión	187
Bibliografía	189
Anexo	190

RESUMEN

En este proyecto se desarrolla una empresa dedicada en el rubro de servicios publicitarios y creación denominada SAIBOT S.R.L, en donde mediante los resultados se determinará la factibilidad y rentabilidad de la empresa, ubicada en la ciudad de Asunción.

El informe presenta como objetivo el de ofrecer productos y/o servicios diferenciados al de las competencias, para lograr un mercado amplio y la lealtad de los clientes.

El proyecto se estructura en los siguientes capítulos. El primer capítulo, contempla generalidades de estudio, donde se conoce el contexto país, la ubicación en el sector económico, gracias al diseño e implementación de la investigación, de los cuales se buscó conocer las fortalezas y debilidades de la empresa.

El segundo capítulo resume la planificación empresarial, donde se presentan los aspectos administrativos de la organización, la definición de la constitución de la empresa SAIBOT S.R.L, definiendo la misión, visión, valores, objetivos, políticas y las estructuras en funciones y procesos.

El tercer capítulo contiene un plan de marketing estratégico y operativo, donde se identifican los segmentos a quien apuntar y las estrategias que serían tomadas.

El cuarto capítulo dispone de la planificación financiera para la evaluación del proyecto, usando métodos con valores ajustado al presente, en donde mediante los resultados se permite evaluar la implementación de SAIBOT S.R.L, con todas las herramientas necesarias y suficientes para la elaboración de un plan de negocio estratégico. Los indicadores expuestos son el VAN, el cual presenta el valor de los flujos de dinero de la empresa, el TIR otro indicador que representa la rentabilidad porcentual del proyecto considerando los flujos de dinero por año.

En el quinto capítulo se refleja en el Balance General, Estado de Resultado y Flujo de Efectivo los movimientos económicos de la empresa factor importante que ayuda a tomar grandes decisiones de inversión a los socios de SAIBOT S.R.L.

En el sexto capítulo se presenta todo aquello que implica la responsabilidad social empresarial, el compromiso con el medio ambiente, con lo socioeconómico y lo cultural que SAIBOT S.R.L apunta para lograr aspectos éticos y sustentables para el negocio.

El séptimo capítulo contiene un plan de la situación y del entorno en la se encuentra SAIBOT S.R.L, contando con los posibles riesgos internos y externos, tratando en todo lo posible de prevenir parte de los riesgos que se encuentran en el entorno empresarial.