

Ciencias Contables y Administrativas

J&L S.A. "Kuarahy"

Alumnos:

Juan Alberto Vargas

Larissa Romero

Asunción – Paraguay

2017

INDICE

CAPITULO I – ASPECTOS JURIDICOS Y LOCALIZACION.....	1
INTRODUCCIÓN A LA IDEA DEL PROYECTO	1
REQUERIMIENTOS JURÍDICOS	4
Nombre o razón social.....	4
Tipo de Sociedad	4
· Razón de la elección del tipo de sociedad.....	5
· Características Generales del tipo de sociedad.....	5
· Ventajas – Desventajas	6
Constitución Jurídica	6
Constitución jurídica: trámites.....	6
Inscripciones Registró Público de Comercio.....	7
Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones.	9
Matricula del Comerciante.	11
Rubricación de Hojas y/o Formularios Continuos.....	12
Inscripción en el Registro Único de Contribuyentes.....	14
Apertura en la municipalidad.	16
Inscripción Patronal - Instituto de Previsión Social (IPS) -.....	17
Presentación de Planillas Laborales Anuales en la Web	19
Registro de Marca.	20
TABLA 2 – Resumen de Gastos de Apertura	22
OBLIGACIONES FISCALES – IMPUESTOS QUE GRAVAN LA ACTIVIDAD –	
MES DE VENCIMIENTO.....	22
1.3 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	23
Métodos de Factores Ponderados.....	24
MAPA DE UBICACIÓN	24
CAPÍTULO II – INVESTIGACION DE MERCADO.....	25
INVESTIGACIÓN DE MERCADO DE LA MARCA KUARAHY.....	25
ANÁLISIS REALIZADO DEL ENTORNO INTERNO Y EXTERNO.....	25
FORTALEZAS	25
OPORTUNIDADES.....	26
DEBILIDADES.....	26
AMENAZAS.....	26
<i>Matriz FODA:</i>	27
<i>Variables</i>	27
2.1. OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACION.	28
2.2. OBJETIVOS Y REQUERIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	29
OBJETIVOS ESPECIFICOS (EMPRESAS)	29
2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	31
· Exploratoria	31
· Concluyente.....	32
· Investigación Descriptiva.	32
· Investigación Causal.....	32

· Monitoria de desempeño	32
PARA KUARAHY S.A.	33
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:	33
2.4. DISEÑO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	34
2.5. MUESTREO.....	44
<i>Probabilístico</i>	46
<i>No Probabilístico</i>	47
<i>El muestreo por conveniencia</i>	47
<i>Muestreo consecutivo</i>	47
<i>Muestreo por cuotas</i>	48
<i>Muestreo discrecional</i>	48
<i>Muestreo de bola de nieve</i>	48
2.6. RECOLECCIÓN DE DATOS:	49
2.7. ANALISIS DE DATOS.	52
2.8. CONCLUSIÓN/INFORME.	65
CAPITULO III - PLAN DE MARKETING	66
ANÁLISIS DE LA MACRO Y MICRO SEGMENTACIÓN	66
3.1. Macro segmentación.....	66
MERCADO DE REFERENCIA.....	66
VISIÓN.....	67
MISIÓN:	67
3.2. MICRO SEGMENTACIÓN	67
Segmentación Geográfica	68
Segmentación demográfica.....	68
Segmentación Comportamental	68
Segmentación psicográfica.....	68
Segmentación producto-beneficio.....	68
Segmentación simbólica.....	69
CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO	69
Etapa de Introducción	69
Durante la etapa de crecimiento:.....	69
Turbulencia y Madurez.....	70
Declive	70
3.3. ANALISIS DE LA DEMANDA.....	70
Segmento seleccionado:	70
Tamaño adecuado.....	71
MENSURABILIDAD.....	71
Análisis del segmento seleccionado.....	71
Respuesta Cognitiva.	72
Respuesta Afectiva.	73
Respuesta Comportamental.....	74
3.3. ANALISIS DE LA DEMANDA.....	75
La Demanda Global	75
Estructura de la demanda de consumo	75
CALCULO DE LA DEMANDA GLOBAL.....	76

MERCADO POTENCIAL ABSOLUTO.....	76
CALCULO DEL MERCADO POTENCIAL ABSOLUTO.....	77
EXPANSIÓN DEL MERCADO.....	77
ANÁLISIS DE CUOTA DE MERCADO.....	78
PRESUPUESTO DE MERCADO.....	80
3.4. PLAN DE MARKETING.....	81
3.4.1. ANÁLISIS SITUACIONAL.....	82
Importancia de un análisis FODA.....	82
Análisis Foda.....	91
Listado Plano.	96
MATRIZ DE INTERACCIÓN FODA	97
3.4.2. Objetivos del Marketing	100
3.4.3. Estrategias de Marketing.....	100
3.4.4. Plan de Acción:	101
Los objetivos propuestos para la penetración de mercado son los siguientes:	101
Estrategia de ventas.	106
Cuadro de venta anual	108
CAPITULO IV – ADMINISTRACIÓN.	109
4.1. LINEAMIENTO ESTRATEGICO.	109
4.1.1. Visión.....	109
4.1.2. Misión.....	109
4.1.3. Análisis de la estructura competitiva del sector (Porter).	109
Tabla– Resumen de la Estructura Competitiva	117
4.1.4 EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE LA MATRIZ DE ANSOFF.....	118
4.2. PLAN DE ADMINISTRACION.	119
4.2.1. Análisis Situacional – Matriz FODA.....	119
VARIABLES CONTROLABLES.....	119
VARIABLES NO CONTROLABLES.	121
LISTADO PLANO.	122
4.2.2 Objetivos.	126
4.2.3 Estrategias.	126
4.2.4 Plan de acciones.....	126
Costo total del plan de administración por un año:.....	129
Costo total del plan de Administración en 5 años:	129
4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.	130
4.3.1 Organigrama.....	130
Tabla. Organigrama estructural de la empresa	132
4.3.3. Manual de funciones.	133
4.3.4. MANUAL DE PROCEDIMIENTO.....	149
4.3.5. Fluxogramas.....	152
CAPITULO V – ASPECTO ECONOMICO.....	158
5.1. INDICADORES ECONÓMICOS.	158
5.1.1. Producto interno Bruto (PIB).	158
5.1.2. Balanza comercial. (Importación/Exportaciones).....	159
5.1.3. Fluctuación del tipo de cambio.....	160

5.1.5. Superávit o Déficit Fiscal.....	168
5.1.6. Inflación.	170
5.1.7. Otros datos relevantes de la economía.	172
5.1.8. Impacto de la Economía Paraguaya en Kuarahy S.A.....	175
CAPITULO VI – PLAN FINANCIERO	176
CUADRO 1 - INVERSIONES	176
CUADRO 2 – CRONOGRAMA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	178
CUADRO 6 – CRONOGRAMA DE VENTAS	184
CUADRO 11 – ESTADOS DE RESULTADOS CON FINANCIAMIENTO.....	189
CUADRO 12 – ESTADOS DE RESULTADOS SIN FINANCIAMIENTO.....	190
CUADRO 13 – FLUJOS DE CAJAS PROYECTADOS CON FINANCIAMIENTO..	191
CUADRO 14 – FLUJOS DE CAJA PROYECTADO SIN FINANCIAMIENTO.....	192
CUADRO 15 – ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS CON FINANCIAMIENTO.....	193
CUADRO 16 – ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS SIN FINANCIAMIENTO.	194
CUADRO 17 – BALANCE PROYECTADO CON FINANCIAMIENTO.....	195
CUADRO 18 – BALANCE PROYECTADO SIN FINANCIAMIENTO.....	196
CUADRO 19 – INDICADORES FINANCIEROS	197
ÍNDICES FINANCIEROS.....	198
<i>Índice de Liquidez</i>	<i>198</i>
<i>Prueba Acida</i>	<i>198</i>
<i>Prueba Acida Menor.....</i>	<i>198</i>
<i>Endeudamiento sobre el Patrimonio</i>	<i>198</i>
<i>Endeudamiento sobre la inversión total.....</i>	<i>198</i>
<i>Endeudamiento a corto plazo.....</i>	<i>198</i>
<i>Rentabilidad sobre utilidad neta</i>	<i>198</i>
<i>Rentabilidad sobre Margen Bruto</i>	<i>199</i>
<i>Rentabilidad sobre U.A.I.I.:.....</i>	<i>199</i>
<i>Rentabilidad sobre el Patrimonio</i>	<i>199</i>
<i>Rentabilidad sobre la inversión total.....</i>	<i>199</i>
CONCLUSIÓN.....	200
BIBLIOGRAFIA	202
ANEXOS.....	204

INTRODUCCIÓN

La empresa J&L S.A. se dedicará a la venta de electrodomésticos, equipos y aparatos eléctricos y electrónicos innovadores que utilizan además de la energía eléctrica, energía solar ofreciendo así a sus clientes una solución ante los cortes de electricidad que se viven constantemente en el país sin causar efectos dañinos al medio ambiente.