

Administración de Empresas

**TresE SRL
Distribuimos Valor**

Emigdio Julián Mancuello Rodríguez

**Asunción-Paraguay
2017**

INDICE

Introducción 11

Resumen Ejecutivo 12

CAPITULO I

1. Antecedentes del Proyecto 15-54

1.1 Investigación del mercado 15

Necesidad de la información 15

Objetivo Gral. De la Investigación 15

Objetivos Específicos de la Investigación 15

Objetivos y requerimientos de la información 16

Diseño de la investigación del mercado 19

Recopilación de datos 20

Modelo de cuestionario, Encuesta 21

Elección de la Muestra 23

Calculo del tamaño de la muestra 24

Análisis de datos 26

Conclusión de datos obtenidos 36

1.2 Naturaleza de la Idea de Negocio 37

Mercado Global 37

Mercado Potencial 37

Ventaja Competitiva 37

1.3 Análisis Económico de Contexto País 38

Entorno Demográfico 38

Producto Interno Bruto PIB 38

Inflación IPC 39

Tipo de Cambio 39

Impuestos 40

Desempleo 40

Salarios 41

Elasticidad de la Demanda 42

Elasticidad de la Oferta 43

1.4 Análisis de la Oferta 44

Principales competidores 44

Análisis de la estructura del sector 44

Competencia actual, rivalidad entre los competidores 45

Competencia Potencial 45

Poder de los proveedores 46

Poder de los clientes 47

Productos sustitutos 47

Análisis de la estructura competitiva 48

1.5 Análisis de la Demanda 48

Demanda Global 48

Calculo de la Demanda Global 49

Mercado potencial actual y absoluto	50
Calculo del mercado potencial absoluto	52
Cuota de Mercado	52
Conclusiones del análisis de la demanda	53
Plan de ventas proyectada para el año 1	53
Cuadro de ventas proyectada a 5 años	54

CAPITULO II

2. Planificación Empresarial 55-106

2.1 Breve descripción de la empresa	55
Tipología de la empresa	55
Misión	55
Visión	55
Valores	56
Objetivos Generales	57
Objetivos Específicos	57
2.2 Organigrama Estructural	58
Estructura organizacional-Henry Mintzberg	59
2.3 Políticas y Reglamentos	61
Políticas de desarrollo organizacional	61
Planes, Programas y Procedimientos	61
2.4 Manual de Funciones	64
2.5 Manual de Procedimientos	72
2.6 Fluxograma	75
2.7 Cuadro descriptivo de sueldos-RRHH	77
2.8 Layout	78
2.9 Análisis situacional de la empresa-FODA	79
Fortalezas	79
Oportunidades	79
Debilidades	80
Amenazas	80
Matriz FODA	81
Propuesta de estrategias FODA	82
Objetivos Administrativos	84
2.10 Análisis de factores ponderados para la localización	85
2.11 Aspectos jurídicos de la empresa	86
Nombre o razón social de la empresa	86
Tipo de Sociedad	86
Constitución jurídica	86
Régimen impositivo	87
Administración de una SRL	87
Pasos para la apertura de una SRL	88
2.12 Plan Fiscal de la Empresa	102
2.13 Presupuesto Jurídico Inicial	102

2.14 Plan Operacional	103
Estructura Operativa	103
Servicios y Actividades	104
Infraestructura, equipos y muebles	105
Principales Proveedores	105

CAPITULO III

3. Plan de Comercialización 107-120

3.1 Plan de Marketing	108
3.2 Marketing Estratégico	108
3.2.1 Macrosegmentación	108
Dimensión del mercado de referencia	108
Categoría del producto-mercado	110
3.2.2 Microsegmentación	111
Conjuntos de Microsegmentación	111
Ciclo de vida del producto	112
Etapas del ciclo de vida del producto	113
3.3 Estrategia de Porter	114
Enfoque de Porter	114
3.4 Estrategia de Ansoff	115
Matriz de Ansoff	115
3.5 Objetivos	116
Objetivos de Marketing	116
Objetivos de Ventas	116
3.6 Estrategias	117
Estrategias de Marketing	117
Estrategias de Ventas	117
3.7 Plan de Acción	118
Cronograma de Plan de Acción	118
Cuadro de inversión de marketing	119
3.8 Marketing Operativo	120
Mix de marketing, las 7 P's	120

CAPITULO IV

4. Planificación Financiera 123-145

4.1 Cuadro de inversión	124
4.2 Cuadro de cronograma de inversión	127
4.3 Cuadro de Depreciaciones	128
4.4 Cuadro de servicio de la deuda	129
4.4.1 Cuadro auxiliar de servicio de deuda	130
4.5 Cuadro de Recursos Humanos	131
4.6 Cuadro de cronograma de compras y ventas de mercaderías	132
4.7 Cuadro de Ingresos por ventas	133
4.8 Cuadro de Costos	134

- 4.9 Cuadro de punto de equilibrio 135
- 4.10 Cuadro de cálculo de capital de trabajo 136
- 4.11 Cuadro de estado de resultado con financiamiento 137
- 4.12 Cuadro de estado de resultado sin financiamiento 138
- 4.13 Cuadro de flujo de cajas del proyecto con financiamiento 139
- 4.14 Cuadro de flujo de caja del proyecto sin financiamiento 140
- 4.15 Cuadro de origen y aplicación de fondos con financiamiento 141
- 4.16 Cuadro de origen y aplicación de fondos sin financiamiento 142
- 4.17 Cuadro de balances proyectados con financiamiento 143
- 4.18 Cuadro de balances proyectados sin financiamiento 144
- 4.19 Cuadro de indicadores financieros 145

CAPITULO V

5. Planificación Contable 146-156

- 5.1 Contabilidad 147
 - Funciones de la contabilidad 147
 - PCGA 147
- 5.2 Plan de cuentas 148
 - Esquema de plan de cuentas 149
- 5.3 Manual de Cuentas 152
 - Libros contables 152
 - Activo 154
 - Pasivo 154
 - Patrimonio Neto 156

CAPITULO VI

6. Responsabilidad Social Empresarial 157-163

- 6.1 Responsabilidad social empresarial 158
- 6.2 Impacto ambiental 160
- 6.3 Impacto socio económico 162
- 6.4 Impacto cultural 163
- 6.5 Aspectos éticos de la sustentabilidad del proyecto 163

CAPITULO VII

7. Plan de Expansión Empresarial 165-169

- 7.1 Plan de expansión 166
- 7.2 Riesgo de expansión 167
- 7.3 Plan estratégico de salida 168

Conclusión 170

Bibliografía 171

Web grafía 172

Anexos 173

RESUMEN

El plan de negocios es la herramienta principal y fundamental para comenzar con un proyecto empresarial. No importa la dimensión de la empresa que se quiera crear, siempre y cuando sus objetivos sean claros y concisos y ver qué tipo de repercusiones genera. Toda idea de negocio debe contar con un plan de negocios, ya que es su guía para el crecimiento diario y ver su prosperidad a futuro, siendo así que genera un horizonte más claro hacia el mundo de los negocios.

TresE SRL elaboró un plan de negocio claro y practico, para así ver desarrollar toda su capacidad sin mucha complejidad. Considerando que el rubro en la cual está dirigido TresE es de atractivo alto, ya que hay necesidad de distribución en el mercado, siendo así que las distribuidoras ya en marcha en su mayoría ya no satisfacen la necesidad del mercado que día a día va creciendo.

En el capítulo uno, se desarrolla el antecedente el proyecto, se presenta la investigación de mercado realizado para justificar y demostrar la necesidad existente en el rubro de negocio de TresE, demuestra el mercado insatisfecho de la distribución de productos de cuidado personal y cuidado del hogar. Demostramos el tipo de investigación realizada, la fuente utilizadas para recabar la información pertinente necesaria y explayamos los resultados obtenidos a base de la investigación. Damos a conocer un breve análisis económico del Paraguay, detallando información actualizada sobre el PIB, Inflación, Impuestos y la Tasa de Desempleo a nivel país. Al término del capítulo desarrollamos la investigación y análisis de la oferta y demanda que determina el nivel del mercado de nuestro interés.

El capítulo dos, presentamos la planificación empresarial de TresE, donde explayamos la Misión, Visión, Objetivos y Valores que forman a la empresa. Acompañando el análisis situacional realizado para medir las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas internas y externas que influyen en la empresa y el mercado. Demostramos el tipo de estructura realizado y utilizado por la empresa, justificando sus elecciones. También explayamos los aspectos jurídicos de la empresa, las leyes que afectan al negocio, que acciones deben tomar y como proceder legalmente en el mercado, sin falencias jurídicas ni legales, demostramos el tipo de sociedad que opto el negocio y el presupuesto jurídico incurrido para la apertura y puesta en marcha de la empresa.

En el capítulo tres, detallamos el plan de comercialización incurrido por TresE, el plan de marketing estratégico diseñado y a poner en práctica, el micro y macro segmentación del mercado y la estrategia diseñada y a poner en práctica para encarar el mercado. En el marketing operativo explayamos el mix de marketing de la empresa, en este caso detallamos las 7 P's y las acciones que toma TresE para determinar cada uno de los puntos para mejorar su servicio de distribución.

El capítulo cuatro, presentamos la planificación financiera, exhibiendo así los cuadros financieros con los principales puntos e informaciones necesarias para incurrir financieramente. Con el estudio financiero realizado podemos deducir que el grado de endeudamiento es alto ya que el capital requerido para la compra de mercaderías para la comercialización y la infraestructura requerida necesaria para la operativa es mucha. Pero también así el análisis realizado nos indica que poseemos una alta rentabilidad para hacer

frente a las necesidades y así seguir creciendo en el mercado.

En el capítulo cinco, detallamos la planificación contable necesaria para cada idea de negocio, los conceptos básicos de la contabilidad, el plan de cuentas requeridos o utilizados por cada empresa con esto acompaña el manual de cuentas donde detalla las funciones de cada cuenta. La definición del Activo, Pasivo y Patrimonio Neto, la importancia de estas ramas para la contabilización de las cuentas y así medir contable y financieramente la situación de la empresa.

El capítulo seis, desarrollamos la Responsabilidad Social Empresarial, donde TresE actúa interna y externamente, generando incentivos para los empleados con el fin de mejorar la productividad y relación interna en la empresa, externamente generamos fuentes de trabajo para la comunidad, apoyando eventos con fines sociales que mejore los aspectos de la comunidad. Demostramos que impacto genera TresE en lo social, cultural, sobre todo y lo más importante el impacto ambiental que genera TresE, demostramos la idea sustentable que planea TresE para ayudar ecológicamente al medio ambiente.

Y por último en el capítulo siete, consideramos el plan de expansión de la empresa, los riesgos posibles a presentarse y las estrategias para hacer frente a estas, como así también el plan estratégico de salida ante cualquier tipo de eventualidad que pueda surgir.

Todos los puntos nombrados, las estrategias a poner en práctica y las acciones que tiene TresE para hacer frente al mundo de los negocios, son de relevancia importante para las buenas prácticas empresariales.