

Ciencias Contables y Administrativas

M & E Estudio Contable S.R.L.

Marion Harder de Duerksen

**Asunción – Paraguay
2018**

ÍNDICE

Capítulo Jurídico	15
Introducción a la Idea del Proyecto.....	15
Requerimientos Jurídicos de acuerdo al tipo de Sociedad a constituirse	16
- Nombre o razón social:.....	16
- Tipo de Sociedad:.....	16
- Constitución jurídica:	16
· Escritura de Constitución:	16
Requisitos:.....	16
Duración aproximada:	16
· Inscripciones Registro Público de Comercio:	17
Requisitos:.....	17
Duración aproximada:	17
Costos:.....	17
· Inscripción en el registro público de personas jurídicas y asociaciones:.....	17
Requisitos:.....	18
Duración aproximada:	18
Costos:.....	18
• Compra y Rubrica de Libros Contables:.....	18
Requisitos del AI:.....	18
Requisitos para la Rubricación de Hojas y Formularios continuos:.....	19
<i>Tabla N° 1</i>	19
• Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (R.U.C.):	20
Requisitos:.....	20
Duración aproximada:	20
Costos:.....	20
• Apertura en la municipalidad Filadelfia:	20
Requisitos:.....	21
Duración aproximada:	21
Costos:.....	21
• Instituto de Previsión Social:	21
Requisitos:.....	22
Duración aproximada:	22
Costo:	22
• Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social:	22
Requisitos:.....	22
Duración aproximada:	23
Costo:	23
<i>Tabla N° 2</i>	23
• Dirección de Propiedad intelectual (registro de marcas):	24
Requisitos:.....	24
Duración:.....	24
Cuadro de Resumen.....	25

Tabla N° 3.....	25
Localización de la empresa y organización.....	26
Factores ponderados:.....	26
Tabla N° 4.....	27
Ubicaciones en la ciudad Filadelfia.....	27
Capítulo II	28
Investigación de Mercados.....	28
Objetivo general de investigación	28
* Análisis de la demanda:.....	28
* Descripción de la muestra (sociodemográfico):	29
Objetivos de la Investigación	29
• Objetivos Afectivos:	29
• Objetivos Comportamentales:.....	29
• Objetivos cognitivos:	29
• Objetivos Sociodemográficos:	30
• Cuota de Mercado:.....	30
• Demanda Global:	30
• Mercado Potencial:	30
Tipo de investigación	31
a) Investigación Exploratoria:	31
Diseño por fuente de datos.....	31
b) Investigación Concluyente:	31
Requerimientos:.....	31
Procedimiento de Recolección de Datos.....	32
Diseño de Cuestionario estructurado:.....	32
Plan y Tamaño de la Muestra	40
Población:.....	40
a) Elementos:.....	40
b) Unidades muestrales:	40
c) Alcance:.....	40
d) Tiempo:.....	40
Marco Muestral:	40
Tamaño de la Muestra:.....	41
Selección de la Muestra:.....	42
Planeación de las Operaciones:	42
Análisis de Datos.....	42
Frecuencias absolutas:.....	42
Frecuencias relativas:	42
Conclusión.....	62
Costo de la investigación de mercado	62
Capítulo III.....	63
Lineamiento Estratégico.....	63
Análisis de la Macrosegmentación.....	63
a) Compradores:	63

b) Necesidades o funciones:	63
c) Alternativas tecnológicas:	63
♣ Visión:	63
♣ Misión:.....	63
Análisis de la Microsegmentación	64
· Segmentación por ventajas buscadas:	64
· Segmentación descriptiva:.....	64
· Segmentación según el comportamiento:.....	64
♦ Etapa de nacimiento:	64
♦ Etapa de crecimiento:	65
♦ Etapa de madurez:	65
♦ Etapa de declive:	65
<i>Figura N° 1</i>	65
<i>Tabla N° 1</i>	66
- Estudio Contable de Saccomani:.....	66
- Consultora Duerksen D/Consult:.....	66
<i>Tabla N° 2</i>	67
- Consultora de Elke Horsch Froese:	68
<i>Tabla N° 3</i>	68
- Consultora de Friedbert Loewen:	68
<i>Tabla N° 4</i>	69
- Consultora de Arnold Unruh:.....	69
<i>Tabla N° 5</i>	69
- Asesoría de Impuestos (Cooperativa):	70
<i>Tabla N° 6</i>	70
- Delmer Siemens:.....	71
<i>Tabla N° 7</i>	71
- Navao Benitez:	71
<i>Tabla N° 8</i>	71
- Paul Martinez:	72
<i>Tabla N° 9</i>	72
- Raquel Ocampos:	72
<i>Tabla N° 10</i>	72
- L. Fernandez:.....	72
<i>Tabla N° 11</i>	73
- Chaco Contable:	73
• Análisis de las 5 Fuerzas competitivas de Porter.....	80
a) Poder de negociación de los proveedores:.....	80
<i>Tabla N° 21</i>	81
b) Poder de negociación de los clientes:.....	81
<i>Tabla N° 22</i>	81
c) Amenaza de productos sustitutos:	81
<i>Tabla N° 23</i>	82
d) Amenaza de los nuevos entrantes:.....	82

<i>Tabla N° 24</i>	82
e) Rivalidad entre las empresas:.....	82
<i>Tabla N° 25</i>	83
• Estrategia de la Matriz de Ansoff	84
♣ Penetración de mercados:	84
♣ Desarrollo del mercado:.....	84
♣ Lanzamiento de nuevos productos:.....	84
♣ Diversificación:.....	85
• Atributos de Diferenciación.....	85
a) Buena atención al cliente:.....	85
b) Transparencia en la Contabilidad:.....	85
Capítulo IV.....	86
Plan de Marketing	86
Análisis Situacional.....	86
Variables Controlables.....	86
· Servicio:	86
• Precio:	87
<i>Tabla N° 1</i>	87
• Promoción:.....	87
• Distribución:	88
Variables No Controlables	89
• Clientes/Contribuyentes.....	89
• Competencia	90
• Entorno.....	90
Listado Plano:.....	90
Fortalezas:	90
Debilidades:.....	91
Oportunidades:	91
Amenazas:	91
Matriz de Interacciones:	93
<i>Figura N° 1</i>	96
3.4.2. Objetivos	96
3.4.3 Estrategias	96
a) Objetivo 1:.....	96
Estrategia 1:.....	96
Plan de Acción 1.....	97
a) Cronograma:.....	97
<i>Tabla N° 2</i>	97
b) Costos a incurrir en la implementación.....	97
c) Cuadro de Activos y Recursos a ser empleados.....	98
Recursos Humanos:.....	98
Recursos Financieros:.....	98
Recursos Materiales:	98
Activos:	98

d) Cuadro de Inversión del objetivo a implementar 1.....	99
<i>Tabla N° 3</i>	99
Objetivo 2:.....	99
Estrategia 2:.....	99
Plan de Acción 2.....	101
a) Cronograma:.....	101
<i>Tabla N° 4</i>	101
b) Costos a incurrir en la implementación.....	101
c) Cuadro de Activos y Recursos a ser empleados.....	102
Recursos Humanos:.....	102
Recursos Financieros:.....	102
Recursos Materiales:	102
d) Cuadro de Inversión del objetivo a implementar 2	102
<i>Tabla N° 5</i>	102
Objetivo 3:.....	103
Estrategia 3:.....	103
Plan de Acción 3.....	104
a) Cronograma:.....	104
c) Cuadro de Activos y Recursos a ser empleados:.....	105
Recursos Humanos:.....	105
Recursos Financieros:.....	105
Recursos Materiales:	105
d) Cuadro de Inversión del objetivo a implementar 3:	105
<i>Tabla N° 7</i>	105
Objetivo 4:.....	105
Estrategia 4:.....	106
Plan de Acción 4.....	107
a) Cronograma:.....	107
<i>Tabla N° 8</i>	107
b) Costos a incurrir en la implementación:.....	108
c) Cuadro de Activos y Recursos a ser empleados:.....	108
Recursos Humanos:.....	108
Recursos Financieros:.....	108
Recursos Materiales:	108
d) Cuadro de Inversión del objetivo a implementar 4:	109
<i>Tabla N° 9</i>	109
Resumen de la inversión.....	110
<i>Tabla N° 10</i>	110
Facturación estimada.....	111
<i>Tabla N° 11</i>	111
Capítulo V	112
Lineamiento estratégico (Ápice estratégico).....	112
· Visión:	112
· Misión:	112

Plan de Administración (Dirección Media).....	112
Variables controlables:.....	112
· Costos:.....	112
• Calidad de Gestión:.....	112
· RRHH:.....	112
· Entregas:.....	113
· Eficiencia productiva:.....	113
Variables no controlables.....	114
· Entorno económico:	114
· Entorno legal:	114
· Proveedores:.....	114
Listado Plano:.....	115
Matriz de Interacciones:	116
<i>Tabla N° 1</i>	118
<i>MATRIZ FODA</i>	118
Objetivos:	119
Objetivo 1:.....	119
Estrategia 1:.....	119
Plan de Acción 1:	119
<i>Tabla N° 2</i>	119
<i>a) Cronograma para el Objetivo 1</i>	119
<i>b) Costos a incurrir durante la implementación</i>	120
<i>c) Cuadro de Activos y Recursos a ser empleados</i>	120
Recursos Humanos:.....	120
Recursos Financieros:.....	120
Recursos Materiales:	120
Objetivo 2:.....	120
Estrategia 2:.....	120
Plan de Acción 2:	121
<i>Tabla N° 4</i>	121
<i>a) Cronograma para el Objetivo 2</i>	121
<i>Tabla N° 5</i>	122
<i>b) Costos a incurrir durante la implementación</i>	122
<i>c) Cuadro de Activos y Recursos a ser empleados</i>	122
Recursos Humanos:.....	122
Recursos Financieros:.....	122
Recursos Materiales:	122
Objetivo 3:.....	122
Estrategia 3:.....	122
Plan de Acción 3:	123
<i>Tabla N° 6</i>	123
<i>a) Cronograma para el Objetivo 3</i>	123
<i>Tabla N° 7</i>	123
<i>b) Costos a incurrir durante la implementación</i>	123

c) Cuadro de Activos y Recursos a ser empleados.....	123
Recursos Humanos:.....	123
Recursos Financieros:.....	124
Recursos Materiales:	124
<i>Tabla N° 8</i>	124
<i>Resumen de la inversión</i>	124
<i>Tabla N° 9</i>	125
<i>Proyección de los planes de Administración a 5 años</i>	125
Estructura Organizacional	126
Organigrama.....	126
<i>Figura N° 1</i>	127
<i>Componentes de una organización</i>	127
<i>Organigrama del Estudio Contable</i>	128
Configuraciones estructurales de Mintzberg.....	128
<i>Figura N° 3</i>	129
<i>Fuerzas de Coordinación según Mintzberg</i>	129
<i>Tabla N° 10</i>	129
<i>Tipos de Configuración Estructural</i>	129
Estructura simple:.....	129
<i>Figura N° 4</i>	130
<i>Estructura Simple o Empresarial</i>	130
Burocracia mecánica:	130
<i>Figura N° 5</i>	131
<i>Burocracia Mecánica</i>	131
Burocracia Profesional:.....	131
<i>Figura N° 6</i>	131
<i>Burocracia Profesional</i>	131
Estructura divisional:.....	131
<i>Figura N° 7</i>	132
<i>Estructura Divisional</i>	132
Adhocracia:	132
<i>Figura N° 8</i>	132
<i>Adhocrática</i>	132
Mecanismos de adaptación y control	133
a) Adaptación Mutua:.....	133
b) Supervisión Directa:.....	133
c) Normalización o estandarización del proceso de trabajo:	133
d) Normalización o estandarización de los resultados:.....	133
e) Normalización o estandarización de los conocimientos y las habilidades o destrezas.....	133
f) Estandarización de las normas:	133
Elementos configuracionales:.....	134
• <i>Ápice estratégico</i> :.....	134
<i>Figura N° 9</i>	135
<i>Ápice estratégico</i>	135

• Núcleo de operaciones:	135
<i>Figura N° 10</i>	136
<i>Núcleo de Operaciones</i>	136
• Línea media:.....	136
<i>Línea Media</i>	137
• La Tecnoestructura:	137
• Staff de apoyo:	137
<i>Figura N° 12</i>	138
<i>Staff de Apoyo</i>	138
<i>Layout</i>	139
<i>Figura N° 13</i>	139
<i>Layout</i>	139
Manual de Funciones.....	139
<i>Tabla N° 11</i>	140
<i>Manual de Función del Gerente General</i>	140
<i>Tabla N° 12</i>	141
<i>Manual de Función del Gerente de Comercialización</i>	141
<i>Tabla N° 13</i>	142
<i>Manual de Función del Gerente de Administración</i>	142
<i>Tabla N° 14</i>	143
<i>Manual de Función del Consultor Contable</i>	143
<i>Tabla N° 15</i>	144
<i>Manual de Función del Ejecutivo de Venta</i>	144
<i>Tabla N° 16</i>	145
<i>Auxiliar administrativo</i>	145
<i>Tabla N° 17</i>	146
<i>Área de Contabilidad</i>	146
<i>Tabla N° 18</i>	147
<i>Área de Tesorería</i>	147
<i>Tabla N° 19</i>	148
<i>Recepcionista</i>	148
<i>Tabla N° 20</i>	149
<i>Tributación</i>	149
<i>Tabla N° 21</i>	150
<i>Auditoría</i>	150
<i>Tabla N° 22</i>	151
<i>Impuestos</i>	151
<i>Tabla N° 23</i>	152
<i>Gestiones impositivas</i>	152
Manual de Procedimientos.....	153
Proceso: Cobro de Honorarios Profesionales.....	153
Proceso: Pago de los salarios a los empleados.....	154
Proceso: Atención al cliente y gestión de la contabilidad	155
Flujogramas.....	157

Simbología	157
Flujogramas.....	158
1° Proceso: Cobro de Honorarios Profesionales.....	158
<i>Figura N° 14</i>	158
<i>Flujograma del Cobro de Honorarios Profesionales</i>	158
2° Proceso: Procedimiento de Pago de Salario.....	159
<i>Figura N° 15</i>	159
<i>Flujograma de Pago de Salarios</i>	159
3° Proceso: Atención al cliente y la gestión de la contabilidad – Flujograma.....	159
<i>Figura N° 16</i>	161
<i>Atención al cliente y la gestión de la contabilidad</i>	161
Recursos Humanos.....	161
<i>Tabla N° 24</i>	162
<i>Sueldos y Cargas Sociales</i>	162
Análisis de Estructura de Costos.....	163
<i>Tabla N° 25</i>	163
<i>Costo de Producción</i>	163
<i>Tabla N° 26</i>	164
<i>Gastos de Administración y ventas</i>	164
Plan de Cuentas:.....	166
Aspecto económico	169
El PIB del Paraguay	169
<i>Tabla N° 1</i>	169
<i>Crecimiento del PIB</i>	169
Balanza comercial de Paraguay.....	169
<i>Tabla N° 2</i>	170
<i>Balanza comercial</i>	170
Evolución del Tipo del Cambio en Paraguay.....	170
Comportamiento de la reserva monetaria.....	171
Superávit o Déficit Fiscal.....	171
Tasa de Inflación del Paraguay	171
Bibliografía.....	236

INTRODUCCIÓN

El estudio contable va ser una empresa de responsabilidad limitada (S.R.L.) y va llamarse —M & E ESTUDIO CONTABLE S.R.L.¿. Los servicios ofrecidos por el estudio contable son los siguientes: contabilidad, asesoramiento tributario, auditoría, gestiones laborales, Instituto de Previsión Social, etc.

Para abrir un Estudio Contable con el tipo de sociedad de una S.R.L., se necesita un empresario bien preparado. El autor Héctor Montiel Campos define en su libro de la siguiente manera al empresario:

—El empresario es la persona capaz de percibir una oportunidad de negocio y, ante ella, formula de manera libre e independiente una decisión de consecución y asignación de los recursos necesarios para poner en marcha la empresa, misma que, además de crear valor para la economía, genera trabajo para él y muchas veces para otras personas¿ (Montiel Campos, 2014, pág. 18)

Héctor Montiel Campos dice en su libro: —Cuando alguien quiere iniciar un negocio, la información del medio que lo rodea quizá sea de ayuda para descubrir una oportunidad; ese hecho conduce hacia una alerta empresarial pasiva. Dicho tipo de alerta se activa cuando recibimos información por casualidad o de manera fortuita, es decir, no ocurre tras una búsqueda sistemática e intencional; si hubiera sido así, se trataría de una alerta empresarial activa. Al establecer una secuencia se observa que la primera alerta empresarial es pasiva, entonces los esquemas mentales, con base en la información recibida, hacen una búsqueda intencional y enfocada de información particular, es decir, inician una alerta empresarial activa¿ (Montiel Campos, 2014, págs. 19,20)

El Estudio contable es una S.R.L. constituida por 2 socios, el Sr. Eddy Duerksen y la Sra. Marion Harder de Duerksen. El propósito de todas las investigaciones para el Estudio contable es, de poder usarlo en el futuro para abrir un estudio contable propio en Filadelfia, Chaco.

En este capítulo vamos a desarrollar todos los trámites que necesitamos hacer, el tiempo de duración y sus costos para una apertura de una consultora contable.