

Ingeniería Comercial

PRONTO CLEAN S.R.L

Alumnas:

**Gabriela Amalia Sosa Varela
María Luján Monges Ferreira**

**Asunción - Paraguay
2017**

ÍNDICE

Introducción	11
Resumen Ejecutivo	12
Capítulo 1: Antecedentes del Proyecto	
Investigación de mercado	13
Objetivo de la investigación de mercado	13
Diseño de la investigación	14
Método de recolección procesamiento y análisis de datos	14
Diseño de la muestra - Población	14
Marco muestral - Formula del tamaño de muestra	15
Descubrimiento y planteamiento de la idea	16
Naturaleza de la idea de negocio	17
Ventaja Competitiva	17
Trabajo de Campo	18
Grafico 1 y 2	18
Grafico 3 y 4	19
Grafico 5 y 6	20
Grafico 7 y 8	21
Grafico 9 y 10	22
Grafico 11 y 12	23
Análisis económico de contexto	24
PIB	24
Variación del dólar	25
Desempleo	25
Inflación	26
Variación del salario mínimo	27
Elasticidad de oferta	27
Grafico Elasticidad de oferta	28
Elasticidad de la demanda	29
Principales competidores	30
Análisis de fuerzas de Michael Porter	31
Competencia actual rivalidad entre empresas	32
Poder de los proveedores	32
Poder del cliente	33
Productos sustitutos	33
Resumen Fuerzas de Michael Porter	34
Análisis de demanda	35
Clientes potenciales	35
Volumen de consumo	35
Estadísticas generales relacionadas al consumo de productos/servicios	35
Relevamiento de interés (encuestas, cuestionarios, etc.)	35
Canales de Comunicación	36
Capítulo 2: Planificación empresarial	

Descripción de la empresa	37
Denominación	37
Nombre	37
Logo	37
Lema	37
Misión	38
Visión	38
Valores	38
Objetivos generales	39
Objetivos específico	39
Estructura Organigrama general	40
Análisis situacional de la empresa (FODA)	42
Análisis de factores ponderados para localización de plantas/oficinas	43
Macro localización	44
Micro localización	45
Estructura de Mintzberg	46
Tipos de estructura	47
Manual de organizaciones y funciones	48
Manual de procedimientos	58
Fluxograma	60
Layout	62
Aspectos jurídicos de la empresa	
Descripción del proceso de inscripción legal de la empresa	63
Ley 1183/85 Código Civil	68
Ley 213, Código Laboral	68
Ley 1034/83, del Comerciante	69
Ley 1352/88, RUC, Ministerio de Hacienda	69
Ley 881/81 Régimen Tributario Municipal	70
Ley 125/91 y 2421/04 Régimen impositivo (IVA)	71
Constitución Nacional, Libro 1	71
Ley 284/7, Tasas Judiciales	72
Ley 1294/98, de Marcas	73
Ley 836/80 Código Sanitario	74
Requisitos para la inscripción de la empresa (S.A., S.R.L., S.I.R.L.)	75
S.U.A.E.	75
Inscripción en el Ministerio de Hacienda	76
I.P.S. 77 M.J.T.	78
Inscripción en el Ministerio de Industria y Comercio	78
Plan fiscal de la empresa	80
Presupuesto jurídico inicial	81
Principales proveedores (insumos)	83
Plan operacional	83
Servicios y actividades	84
Infraestructura y equipos necesarios	84
Capítulo 3: Plan de comercialización	

Macro segmentación 87

Micro segmentación 87

Estrategia de Porter 88

Estrategia de Ansoff 89

Marketing operativo 7 p`s 90

Capítulo 4: Planificación financiera

Inversión y Financiamiento - Cuadro 1 92

Cronograma Inversión y Financiamiento - Cuadro 2 93

Servicio de Deuda - Cuadro 3 94

Ventas del Proyecto - Cuadro 4 95

Capital de Trabajo Requerido - Cuadro 5 96

Estructura de Costos Fijos y Variables - Cuadro 6.1 97

Costos del Proyecto - Cuadro 6 98

Estados de Resultados Projectados - Cuadro 7 99

Cálculo de Rentabilidad del Proyecto - Cuadro 8 con Financiamiento 100

Cálculo de Rentabilidad del Proyecto - Cuadro 8 sin Financiamiento 101

Cálculo de Depreciaciones y Amortizaciones - Cuadro 9 102

Fuentes y Usos de Fondos - Cuadro 10 103

Cálculo de Punto de Equilibrio - Cuadro 11 104

Balances Projectados - Cuadro 12 105

Análisis Cuadros Financieros 106

Capítulo 5: Planificación contable

Definición contable 107

Funciones básicas 107

Principios contables básicos 108

Activo 110

Pasivo 110

Patrimonio neto 111

Libros Contables exigidos 111

Capítulo 6: Responsabilidad social empresarial (RSE)

Impacto ambiental 113

Impacto socioeconómico 113

Impacto cultural 114

Aspectos éticos de la sustentabilidad del proyecto 114

Capítulo 7: Plan de expansión empresarial

Riesgos internos de expansión 115

Riesgos externos de expansión 115

Barreras de salida 116

Evolución del mercado de referencia 116

Mapa de Riesgo 118

Conclusiones 119

Bibliografía 121

Anexos 122

RESUMEN

Pronto Clean S.R.L es una empresa dedicada a servicios de limpieza que adoptara la personería jurídica de sociedad de responsabilidad limitada SRL, donde se realizó un estudio para la creación de la empresa.

En el primer capítulo que trata del antecedente del proyecto desde el planteamiento de la idea, el diseño de la investigación del trabajo de campo hasta las estadísticas generales. Se realizó un Estudio de Mercado y mediante una encuesta se determinó que el 87% de los entrevistados les gustaría adquirir un servicio de limpieza, lo cual refleja un porcentaje atractivo para la empresa.

En el segundo capítulo se enfoca en la planificación empresarial, trata de la estructura en si desde la visión de la empresa hasta los objetivos y formas de desarrollarse. Analiza todos los atributos de la empresa, se enfoca en los clientes y proveedores en la capacidad que tendrá la empresa en satisfacer las exigencias en los servicios y actividades, como así también las regulaciones legales que la empresa debe asumir.

En el tercer capítulo se describe el plan de comercialización que abarca el plan de marketing operativo y estratégico, para el análisis de los posibles clientes, las tecnologías a ser utilizadas, y como llegaremos a los mismos. La empresa utilizara la estrategia de diferenciación ya que es la que más se adecua a las condiciones del mercado, penetrándose así en el mercado.

En el cuarto capítulo se desarrolla el plan financiero de la empresa con los cuadros principales que demuestran el grado de viabilidad y rentabilidad que posee la empresa.

En el quinto capítulo se describe la planificación contable donde vemos los conceptos básicos de la contabilidad.

En el sexto capítulo señala la responsabilidad social que tendrá la empresa internamente generando puestos laborales, como así también la empresa expondrá los recursos necesarios para minimizar los impactos ambientales y así también sosteniendo los valores, usos y costumbres de la cultura.

Por último, como aspecto final se presenta el plan de expansión donde se explica los riesgos internos y externos de la empresa, y las consideraciones para un posible plan estratégico de salida.