

Ciencias Contables y Administrativas

IMAGINE S.R.L.
Impresiones Digitales

Lizza Carolina Schembori López

Asunción – Paraguay
2017

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	9
RESUMEN EJECUTIVO	10
CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES DEL PROYECTO	12
I. Planteamiento de la idea.....	12
a. Necesidad.....	12
b. Idea inicial del negocio.....	12
c. Naturaleza de la idea de negocio.....	12
II. Investigación de Mercado	13
a. Definición del Problema de Investigación.....	13
b. Objetivos de la investigación de Mercado.....	13
c. Diseño de investigación.....	13
d. Método de recolección.....	13
e. Diseño de la muestra	14
1. Población.....	14
2. Marco muestral.....	14
3. Tamaño de la muestra	14
f. Procedimiento	16
g. Recolección de datos.....	16
h. Procesamiento y análisis de datos.....	16
i. Resultado de la investigación.....	21
III. Análisis económico del contexto	22
a. Producto Interno Bruto	22
b. Variación del dólar.....	22
c. Desempleo	23
d. Inflación.....	24
e. Variación del salario mínimo.....	25
f. Elasticidad de la oferta y la demanda	25
1. Elasticidad de la Oferta	25
2. Elasticidad de la demanda	26
IV. Análisis de la Oferta.....	28
a. Principales competidores.....	28
b. Análisis de la estructura competitiva (de Michael Porter).....	28
1. Competencia potencial.....	28
2. Competencia actual.....	29
3. Poder negociador de proveedores.....	29
4. Poder negociador de clientes.....	30
5. Productos sustitutos.....	30
6. Resumen del Perfil.....	30
V. Análisis de la demanda	31

a. Clientes potenciales.....	31
b. Volumen de consumo.....	32
c. Estadísticas generales relacionadas al consumo	32
d. Relevamiento de encuestas.....	32
1. Beneficio esperado.....	32
2. Tipología y características deseadas en los productos y servicios	33
3. Servicios posventa	33
4. Canales de comunicación.....	33
5. Estimación de precios.....	33
6. Determinación de vías de acceso al cliente y para el cliente	33
CAPÍTULO 2: PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL.....	34
I. Descripción de la empresa.....	34
II. Tipología de la empresa	34
a. Misión.....	34
b. Visión.....	34
c. Valores.....	34
d. Objetivo general del negocio	35
e. Estructura	36
III. Análisis situacional de la empresa (FODA).....	37
IV. Análisis de factores ponderados para la localización	38
a. Macro – localización	39
b. Micro – Localización.....	40
V. Estructura de Mintzberg.....	41
VI. Políticas y reglamentos	42
a. Manual de funciones.....	42
b. Manual de procedimientos.....	51
c. Flujograma	52
d. Layout.....	53
VII. Aspectos jurídicos de la empresa.....	54
a. Leyes y regulaciones que afectan al proyecto.....	54
b. Descripción del proceso de inscripción legal.....	57
1. Constitución de la empresa por Escribanía Pública.....	57
2. Registro Público de Comercio y Registro de Personas Jurídicas y Asociaciones.....	57
3. Publicación en diario de gran circulación	58
4. Matrícula del Comerciante	58
5. Ministerio de Hacienda	58
6. Ministerio de Industria y Comercio.....	59
7. Patente Municipal	59
8. Rubrica de Libros Contables y de hojas/formularios continuos.....	60
9. Instituto de Previsión Social.....	60
10. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social	61

11. Registro de Marcas.....	62
12. Sistema Unificado de Apertura de Empresas y Cierre de Empresas (SUACE)	64
c. Plan fiscal de la empresa.....	65
d. Presupuesto Jurídico Inicial	66
1. Gastos de Escribanía.....	66
2. Depósito en Garantía.....	66
3. Inscripción en los Registros Públicos.....	66
4. Publicaciones en la Gaceta Oficial y Diario ABC color.....	67
5. Matricula del Comerciante	68
6. Ministerio de Hacienda	68
7. Ministerio de Industria y Comercio.....	68
8. Instituto de Previsión Social (IPS).....	69
9. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.....	69
10. Apertura en Municipalidad.	69
11. Libros impositivos y legales.	70
12. Rubricación de Libros Contables.....	71
13. Rubricación de hojas y/o Formularios Continuos.....	71
14. Registro de Marca en el Ministerio de Industria y Comercio.....	72
e. Contrato de Constitución de Sociedad Propuesto	73
VIII. Plan Operacional.....	78
a. Estructura operativa.....	78
b. Servicios y actividades.....	78
c. Infraestructura y equipos necesarios	78
d. Principales proveedores.....	79
CAPÍTULO 3: PLAN DE COMERCIALIZACIÓN	80
I. Marketing Estratégico.....	80
a. Macrosegmentación.....	80
1. Dimensionamiento del Mercado.....	80
2. Identificación de módulos producto-mercado.....	81
3. Selección y justificación de estrategias.....	81
b. Micro segmentación	82
1. Aplicación de estrategias de segmentación.....	82
2. Selección y justificación de mercado meta	83
c. Estrategia de crecimiento según Igor Ansoff.....	83
a. Estrategia genérica según Michael Porter.....	83
II. Marketing Operativo.....	84
a. Mix de marketing para servicios.....	84
1. Producto	84
2. Precio	85
3. Plaza	85
4. Promoción	85

5. Proceso	85
6. Personas.....	85
7. Pruebas Físicas	86
CAPÍTULO 4: PLANIFICACIÓN FINANCIERA	87
I. Cuadro 1. Inversión y financiamiento.....	87
II. Cuadro 2. Cronograma de inversión y financiamiento	88
III. Cuadro 3. Servicio de Deuda.....	89
IV. Cuadro 4. Ventas del Proyecto	90
V. Cuadro 5. Capital de Trabajo Requerido.....	92
VI. Cuadro 6.1. Estructura de Costos Fijos y Variables.....	95
VII. Cuadro 6. Costos del Proyecto	97
VIII. Cuadro de cálculo: Mano de Obra y Cargas Sociales.....	99
IX. Cuadro 7. Estados de Resultados Proyectados.....	101
X. Cuadro 8. Calculo de la Rentabilidad del Proyecto (con financiamiento).....	102
XI. Cuadro 8.1. Calculo de la Rentabilidad del Proyecto (sin financiamiento).....	106
XII. Cuadro 9. Calculo de Depreciaciones y Amortizaciones.....	108
XIII. Cuadro 10. Fuentes y Usos de Fondos.....	109
XIV. Cuadro 11. Calculo del Punto de Equilibrio	110
XV. Cuadro 12. Balances Proyectados.....	111
CAPÍTULO 5: PLANIFICACIÓN CONTABLE	113
I. La contabilidad	113
a. Principios de contabilidad generalmente aceptados (P.C.G.A.).....	113
b. Conceptos básicos.....	116
II. Plan de Cuentas	118
III. Manual de Cuentas.....	123
IV. Balance General.....	136
V. Estado de Resultados	140
CAPÍTULO 6: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)	143
I. Impacto ambiental.....	143
II. Impacto socioeconómico.....	144
III. Impacto cultural.....	145
IV. Aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto.....	146
CAPÍTULO 7: PLAN DE EXPANSIÓN EMPRESARIAL.....	148
I. Riesgos internos de la expansión.....	149
II. Riesgos externos de la expansión	149
III. Barreras de salida.....	151
CONCLUSIÓN.....	152
BIBLIOGRAFÍA.....	153
ANEXOS.....	155

RESUMEN

El presente proyecto de inversión consiste en el plan de negocios de una empresa dedicada a ofrecer servicios de impresiones digitales, tales como impresiones en hojas tamaño A3 (trípticos, tarjetas personales, tarjetas de invitación a bodas, cumpleaños, entre otros), impresiones en gigantografía sobre distintos tipos de materiales como papel cartulina, adhesivos para vidrieras o vehículos, banners, impresiones de planos, entre otros.

Está dirigido principalmente a un mercado comprendido por micro empresas de la ciudad de Asunción, que constantemente necesitan de herramientas publicitarias como los citados anteriormente. Pero se encuentra abierto al público en general que solicite el servicio.

El presente documento consta de siete capítulos en lo que se estudiaron los puntos de mayor importancia que permiten tener una visión general del proyecto.

Primeramente, se define la idea de negocio y se estudia el panorama del mercado y la competencia potencial, a través de un estudio de mercado. también se analiza a nivel macro y micro económico el contexto general en el que se pretende desarrollar el proyecto.

Luego se desarrolla la planificación empresarial con análisis situacional de la empresa, los factores ponderados de localización, la estructura organizativa planteada y los aspectos jurídicos a tener en cuenta para la apertura y desarrollo de la empresa.

El tercer capítulo concibe un plan de comercialización incluido el marketing estratégico y el marketing operativo, con identificación del mercado y la selección y justificación de estrategias.

También se analiza el proyecto empresarial desde el punto de vista financiero con proyección de ingresos, costos y gastos. Dejando una proyección por periodo de cinco años en la que se puede observar el periodo de recuperación de capital, la rentabilidad del negocio y otros aspectos importantes.

A modo de tener una visión más específica se proyecta la contabilidad del primer año de ejecución del proyecto, con la realización de los libros contables como libro diario, libro mayor, balance de sumas y saldos, balance general, entre otros informes exigidos actualmente en nuestro país.

Otro de los puntos, no menos importante es el tema de responsabilidad social empresarial, un aspecto que se constituye en las prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos de la empresa.

Y, por último, se delinea el plan de expansión empresarial, teniendo en cuenta los riesgos internos y externos de expansión, y las barreras de salida.