

**Ciencias Contables y Administrativas**

**Limpieza Real S.R.L.**  
**“Aroma y Limpieza Profunda.”**

**Alumnos:**

**María José Oviedo Espínola**  
**Gustavo Arístides Villalba Rodríguez**

**Asunción – Paraguay**  
**2022**

# ÍNDICE

Introducción.....	12
CAPITULO 1: ESTRUCTURA FINANCIERA.....	13
Cuadro 1: Inversión y financiamiento .....	13
Cuadro 2: Cronograma de inversión y financiamiento.....	14
Cuadro 3: Servicio de deuda.....	15
Cuadro 4: Ventas del proyecto .....	16
Cuadro 5: Capital de trabajo requerido.....	17
Cuadro 6.1: Estructura de costos fijos y variables.....	18
Cuadro 6.2: Costos del proyecto .....	19
Cuadro 7: Estados de resultados proyectados.....	20
Cuadro 8.1: Calculo de la rentabilidad del proyecto con financiamiento .....	21
Cuadro 8.2: Calculo de la rentabilidad del proyecto sin financiamiento.....	22
Cuadro 9: Calculo de depreciaciones y amortizaciones .....	23
Cuadro 10: Fuentes y usos de fondos .....	24
Cuadro 11: Calculo del Punto de Equilibrio.....	25
Cálculo de la tasa de corte .....	26
Ratios .....	27
Anexo 1- Inversiones.....	28
Anexo 2- Gastos Operativos.....	29
Anexo 3- Mano de Obra .....	31
CAPITULO 2: ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA .....	33
Parte 1: Definición del Negocio .....	33
Justificación: ¿Por qué este producto y no otro? .....	33
Nombre del Negocio.....	33
Descripción de la tipología de la empresa S.R.L.....	33
Descripción del negocio .....	34
Ventajas Competitivas.....	34
La misión y visión del negocio.....	34
PARTE 2: Estudio de mercado.....	34
Análisis económico del contexto.....	34
Análisis de fuerzas de Michael Porter.....	41
Análisis de la demanda .....	47
Diseño organizacional .....	56
Elementos de la estructura organizacional .....	56
Manual de Funciones y Requerimientos .....	58
Fluxograma de procesos .....	61
Análisis de factores ponderados para la localización de plantas/oficinas .....	63
Selección y justificación de indicadores.....	63
Análisis situacional de la empresa (FODA) .....	64

Parte 4: Estudio Técnico.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Edificios y su distribución .....	65
Infraestructura y equipos necesarios.....	68
Parte 5: Plan de Marketing y Ventas .....	70
Estrategia de Michael Porter .....	70
Estrategia de Ansoff .....	72
Mix de Marketing para productos .....	73
Parte 6: Responsabilidad Social Empresarial. ....	74
Impacto Ambiental. ....	74
Impacto Socioeconómico. ....	75
Impacto cultural. ....	75
CAPITULO 3: ESTRUCTURA CONTABLE.....	76
Parte 1: Aspecto Jurídico.....	76
Parte 2: Apertura de la empresa.....	79
Inscripción de la Empresa en las diferentes dependencias: .....	79
Parte 3: Plan Contable .....	129
Plan de Cuentas - Codificación .....	130
Manual de Cuentas Codificado .....	131
Libro Diario .....	132
Libro Mayor.....	133
Balance de Sumas y Saldos .....	134
Balance General s/ Res. 49/2014.....	135
Estado de Resultado s/ Res. 49/2014.....	136
Evolución Patrimonio Neto s/ Res. 49/2014 .....	137
Determinación de Imp. a la Renta .....	138
Flujo Efectivo s/ Res. 49/2014 .....	139
Hoja de cálculo de Flujo Efectivo .....	140
Nota a los Estados Contables.....	141
Cuadro de Revalúo y Depreciación s/ Mod. SET.....	142
Parte 4: Plan Fiscal .....	143
IVA - Impuesto al Valor Agregado .....	144
IRE – Impuesto a la Renta Empresarial .....	145
Conclusiones a partir de los cuadros financieros.....	146
CONCLUSIÓN .....	146
Bibliografía.....	148

## **INTRODUCCIÓN**

La empresa que se describirá de forma más detallada en las siguientes páginas trata básicamente de compra y venta de productos de limpieza a hogares y empresas el cual es concebir un ambiente agradable y aromático sin preocupaciones sobre el cuidado de nuestros entornos.

Los productos de limpieza desempeñan un papel esencial en la vida diaria en el hogar, en las escuelas y en las oficinas. Mediante la eliminación segura y eficaz de la tierra, los gérmenes y otros contaminantes, se impide la propagación de enfermedades infecciosas y alérgenos de control, tales como el polvo y el moho; lo que nos ayuda a mantenernos sanos. Los productos de limpieza también nos permiten cuidar nuestros hogares y pertenencias.

Es por eso que nace esta idea de negocio que nos permite mejorar la calidad de vida, de manera a que podamos satisfacer las necesidades de los clientes, es fundamental que la empresa obtenga la mayor cantidad de información generada en el mercado con el fin de conocer cuáles son los nuevos gustos, colores y aromas. Cuáles son los motivos de compra que tienen los consumidores, que hacer para complacer esas expectativas y que recursos se van a necesitar para lograr satisfacer las demandas del mercado actual.