

## **Administración de Empresas**

**“Proyecto de Inversión para la empresa Sabores S.R.L  
dedicada a la producción y comercialización de alimentos”**

**César Chamorro Brítez**

**Asunción – Paraguay  
2017**

## ÍNDICE

<i>Capítulo 1: Antecedentes del Proyecto</i>	7
Investigación de mercado	7
Descubrimiento y planeamiento de la idea de negocio	7
Idea inicial del negocio	7
Sector Económico	7
Denominación	7
Naturaleza	8
Actividad	8
Alcance de la idea del negocio	8
Mercado global	8
Mercado potencial	8
Ventaja competitiva	8
Diseño de Investigación, preparación y trabajo de campo:	8
Identificar y definir el problema u oportunidad.	8
Objetivos de la investigación de mercado.	9
Diseño de la investigación.	9
Método de recolección, procesamiento y análisis de datos.	9
Elección del método para la recolección de datos.	10
Diseñar la muestra	10
Procesar los datos.	12
Analizar los datos.	12
<b>ANÁLISIS ECONÓMICO DE CONTEXTO</b>	16
Macroeconomía.	16
Tasa de desempleo.	18
Producto Interno Bruto (PIB).	19
Contexto mundial y regional.	19
Contexto doméstico por el lado de la producción.	19
Contexto doméstico por el lado del gasto.	20
Variación del dólar.	22
Tipo de cambio en el Paraguay	23
Factores que influyen el tipo de cambio	24
Tasa de Inflación.	24
Variación del salario mínimo	26
Microeconomía.	27
Elasticidad de Oferta.	28
Elasticidad de la Demanda.	29
Análisis de la oferta	30
Principales competidores.	30
Análisis de la estructura competitiva del sector (Michael Porter)	31
1. COMPETENCIA POTENCIAL	31
2. COMPETENCIA ACTUAL. RIVALIDAD ENTRE EMPRESAS	31
3. PODER DE LOS PROVEEDORES	32

<b>4. PODER DE LOS CLIENTES</b>	<b>32</b>
<b>5.PRODUCTOS SUSTITUTIVOS</b>	<b>32</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>33</b>
<b>Análisis de demanda</b>	<b>33</b>
<b>Volumen de consumo</b>	<b>33</b>
<b>Relevamiento de interés</b>	<b>34</b>
<b>Envases, embalajes, servicios posventa</b>	<b>34</b>
<b>Canales de comunicación</b>	<b>35</b>
<b>Estimación de precios</b>	<b>36</b>
<b>Determinación para las vías de acceso</b>	<b>36</b>
<b>Capítulo 2: Planificación empresarial</b>	<b>36</b>
<b>Descripción de la empresa:</b>	<b>36</b>
<b>Denominación</b>	<b>37</b>
<b>Nombre</b>	<b>37</b>
<b>Logo</b>	<b>37</b>
<b>Lema</b>	<b>37</b>
<b>Tipología de empresa</b>	<b>37</b>
<b>Justificación de Selección</b>	<b>37</b>
<b>Misión:</b>	<b>38</b>
<b>Visión</b>	<b>38</b>
<b>Valores:</b>	<b>38</b>
<b>Objetivos.</b>	<b>38</b>
<b>Objetivo general</b>	<b>38</b>
<b>Objetivos específicos</b>	<b>39</b>
<b>Estructura</b>	<b>39</b>
<b>Análisis situacional de la empresa (FODA)</b>	<b>40</b>
<b>Análisis de factores ponderados para localización de plantas/oficinas</b>	<b>41</b>
<b>Puntuaciones de las distintas alternativas.</b>	<b>42</b>
<b>Macro localización</b>	<b>43</b>
<b>Micro localización</b>	<b>43</b>
<b>Estructura de Mintzberg</b>	<b>44</b>
<b>Reglamento Interno de la Empresa</b>	<b>48</b>
<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>49</b>
<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>	<b>52</b>
<b>FLUJOGRAMA</b>	<b>53</b>
<b>Layout</b>	<b>55</b>
<b>Aspectos jurídicos de la empresa:</b>	<b>56</b>
<b>Descripción del proceso de inscripción legal</b>	<b>70</b>
<b>Inscripción en el Ministerio de Justicia y Trabajo</b>	<b>79</b>
<b>MUNICIPALIDAD DE ASUNCIÓN (Patente y Licencia)</b>	<b>82</b>
<b>Plan Fiscal.</b>	<b>83</b>
<b>Presupuesto jurídico inicial.</b>	<b>84</b>
<b>Contrato de Constitución de la Sociedad</b>	<b>86</b>
<b>Plan Operacional</b>	<b>92</b>
<b>Productos</b>	<b>92</b>

Proceso de producción	93
Infraestructura y equipos necesarios	94
Principales proveedores	96
<i>Capítulo 3: Plan de comercialización</i>	<i>97</i>
Marketing Estratégico	97
Macro segmentación	97
Dimensionamiento del Mercado	97
Funciones	97
Grupos de Compradores	97
Selección y Justificación de Estrategias de Cobertura de los Mercados	97
Micro segmentación	97
Aplicación de Estrategias de Segmentación	97
Elección de segmentos objetivos	98
Elección de posicionamiento	98
Estrategias de mercado meta	98
Estrategia de Porter	98
Estrategia de Ansoff	100
Marketing operativo	101
Mix de marketing	101
<i>Capítulo 4: Planificación financiera</i>	<i>102</i>
Cuadro 1: Inversión y Financiamiento	102
Cuadro 2: Cronología de Inversión y Financiamiento	103
Cuadro 3: Servicio de Deuda	104
Cuadro 4: Ventas del Proyecto	105
Cuadro 5: Capital de Trabajo Requerido	106
Cuadro 6.1.: Estructura de Costos fijos y variables	106
Cuadro 6: Costos del Proyecto	107
Cuadro 7: Estados de Resultados Proyectados	107
Cuadro 8: Calculo de la rentabilidad del proyecto (con financiamiento)	108
Cuadro 8: Calculo de la rentabilidad del proyecto (sin financiamiento)	108
Cuadro 9: Calculo de depreciación y amortizaciones	109
Cuadro 10: Fuentes y usos de fondos	109
Cuadro 11: Calculo del punto de equilibrio	110
Cuadro 12: Balance Proyectados	110
<i>Capítulo 5: Planificación contable</i>	<i>111</i>
Los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados o Normas de Información Financiera conocidos como (PCGA)	111
Objetivo general de la contabilidad	112
Objetivos específicos	113
Objetivos de la contabilización:	113
División del Patrimonio	114
Las funciones de una contabilidad	115
Los 14 principios de contabilidad generalmente aceptados (P.C.G.A.)	116
Activo	120
Tipos de activo	120

<b>Pasivo</b>	<b>121</b>
<b>Clasificación del pasivo</b>	<b>121</b>
<b>Patrimonio neto</b>	<b>122</b>
<b>Libros contables exigidos</b>	<b>122</b>
<b>Capítulo 6: Responsabilidad social (RSE)</b>	<b>124</b>
<b>Impacto ambiental</b>	<b>124</b>
<b>Impacto socioeconómico</b>	<b>124</b>
<b>Impacto cultural</b>	<b>124</b>
<b>Aspectos éticos de la sustentabilidad del proyecto</b>	<b>125</b>
<b>Capítulo 7.- Plan de Expansión Empresarial</b>	<b>126</b>
<b>Riesgo Interno de Expansión</b>	<b>126</b>
<b>Riesgos Externos de Expansión</b>	<b>126</b>
<b>Barreras de salida</b>	<b>126</b>
<b>CONCLUSIÓN</b>	<b>128</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>129</b>
<b>Anexos</b>	<b>130</b>