

Ciencias Contables y Administrativas

NANILOA S.R.L.

Empresa de Repostería Especializada en Tortas para Diabéticos.

“La dulzura justa que necesitas”

Alumnas:

Andrea Andrada

Angela Rockenbach.

Asunción – Paraguay

2016

INDICE

Agradecimientos.	2
Dedicatoria.	3
INTRODUCCIÓN.	9
RESUMEN EJECUTIVO	10
CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES DEL PROYECTO.	12
I. Investigación de mercado:	12
1. Identificación del Problema:	12
2. Objetivos de la Investigación del Mercado:	12
3. Diseño de la Investigación.	13
4. Técnicas de recolección, análisis y procesamiento de los datos obtenidos.	13
5. Diseño de la muestra.	13
II. Competidores.	15
III. Descubrimiento y Planteamiento de una idea de negocio.	16
1. Necesidad	16
2. Idea Inicial del Negocio	16
IV. Naturaleza de la Idea de Negocio.	17
1. Sector Económico	17
2. Denominación.....	17
3. Naturaleza	17
4. Actividad	17
5. Alcance del Negocio	18
V. Análisis de la estructura competitiva según Michael Porter.	18
1. Competencia Potencial:	18
2. Competencia Actual, Rivalidad entre empresas.	19
3. Poder de Proveedores.	20
4. Poder de clientes.	20
5. Productos sustitutos.	21
VI. Contexto Económico.	22
1. Macroeconomía	22
2. Microeconomía	28
VII. Elasticidad de la Oferta y Demanda.	28
1. Elasticidad de la Oferta:	28
2. Elasticidad de la Demanda	29
VIII. Análisis de la Oferta.	30
IX. Análisis de la Demanda.	31
CAPÍTULO 2: PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL.	33
I. Descripción de la Empresa.	33
1. Denominación.....	33
2. Logo	33
3. Lema	33
4. Tipología de empresa	34
5. Misión	34

6. Visión	34
7. Valores	34
8. Objetivos	35
II. Organigrama General.	36
III. Análisis situacional de la empresa (FODA).	37
IV. Análisis de factores ponderados para localización de plantas/oficinas.	39
1. Método de Promedio Ponderado.	39
2. Macrolocalización	40
3. Microlocalización	41
V. Las cinco configuraciones de Mintzberg.	42
1. Ápice Estratégico.....	42
2. Núcleo Operativo.....	42
3. Línea Media	42
4. Estructura Técnica	42
5. Staff de Apoyo	42
VI. Manual de Funciones:	43
1. Concepto	43
2. Importancia:	44
VII. Manual de Procedimientos	50
1. Concepto:	50
2. Importancia	50
VIII. Fluxograma	52
IX. Layout.	54
XI. Aspectos jurídicos de la empresa:	55
1. Proceso de apertura del Negocio.	55
2) Acta de constitución de la Sociedad:	56
3) Leyes que afectan al Proyecto.	64
4)Plan Fiscal.	66
5) Gastos Iniciales	66
6) Maquinarias a utilizar para la producción:.....	69
CAPÍTULO 3: PLAN DE COMERCIALIZACIÓN	70
I. Marketing Estratégico	70
1. Macrosegmentación	70
3. Estrategia genérica según Michael Porter:	73
4. Estrategia de crecimiento según Igor Ansoff:	73
II. Marketing Operativo:	74
1. Producto	74
2. Precio	74
3. Plaza.....	74
4. Promoción	74
CAPÍTULO 4. PLANIFICACION FINANCIERA.	76
I. Inversión y Financiamiento.	76
II. Cronograma de inversión y financiamiento:.....	78
III. Servicio de deuda:	79

IV. Ventas del proyecto:	80
V. Capital de trabajo requerido:	82
VI. Proyección de costos y gastos:	84
VII. Estados de resultados proyectados	86
VIII. Calculo de la rentabilidad del proyecto:	87
IX. Cálculo de depreciaciones y amortizaciones.....	89
X. Fuentes y usos de fondos:	90
XI. Cálculo del punto de equilibrio	91
XII. Balances Proyectados	92
CAPÍTULO 5: PLANIFICACIÓN CONTABLE.	93
I. Conceptos Básicos.....	93
II. Plan de Cuentas.	100
III. Manual de cuentas	103
IV. Balance General	117
CAPÍTULO 6. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE).	120
I. Impacto ambiental.	120
II. Impacto socioeconómico.	122
III. Impacto cultural.	123
IV. Aspectos éticos que contribuirán al proyecto.	123
1. Responsabilidad.	123
2. Honestidad.	123
3. Respeto.	124
4. Compromiso.	124
5. Competitividad.	124
6. Cortesía.	124
7. Confianza.	124
CAPÍTULO 7. PLAN DE EXPANSIÓN EMPRESARIAL.	125
I. Plan de expansión empresarial.	125
II. Aspectos referentes a la expansión del negocio.	126
1. Riesgo:	126
2. Barreras de salida	127
Las barreras de salida para este negocio podrían ser	127
III. Proyecto de expansión empresarial.	127
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	129
BIBLIOGRAFÍA	132
ANEXOS.	134
Anexo N° 1	134
Encuesta Realizada.	134
Anexo N° 2	144
Productos elaborados por Naniloa S.R.L.	144
Anexo N° 3	146
Productos para el plan de expansión empresarial.	146

RESUMEN

Un plan de negocio es el primer paso para llevar a cabo un proyecto empresarial, es un conjunto de estrategias lo que genera una visión más clara hacia el éxito en los negocios. También ayuda a establecer el plan de acción a seguir para alcanzar los objetivos del proyecto.

Naniloa S.R.L. se constituye con el objetivo la brindar postres elaborados de forma saludable y con materia prima de primera calidad a fin de que cada uno de los consumidores quede satisfecho con todos los productos y repita su compra conociendo que la mayoría de los habitantes de la república consume satisfactoriamente productos de repostería, pero que varios de estos no los pueden consumir porque su salud les impide. Para comenzar el proyecto se empieza a desarrollar la investigación de mercado, en ella se establecerán búsqueda de los posibles clientes del negocio, así como también el mercado al cual se dirigirá el mismo y todo el análisis de la información obtenida para tener un punto de partida para comenzar a desarrollar el proyecto.

Luego trata de la estructura en general, empezando por la descripción de la empresa que se desea establecer, el tipo de empresa que será tanto así como su misión, visión, objetivos y valores empresariales, que serán el cimiento de la organización. También se verá el organigrama de la empresa que expresa todos los empleados que tiene la misma y las tareas que van a desarrollar para la producción. Este capítulo examina todas las cualidades del negocio a desarrollar, los tipos de clientes con sus diferentes gustos y exigencias y la habilidad de satisfacer cada una de esas exigencias.

Seguidamente se describirá el plan de marketing a implementar para poder dar a conocer el producto y todas las estrategias de venta de los productos.

Seguidamente observamos los cuadros financieros del negocio, respecto a eso se visualiza una necesidad total de inversiones del 100% equivalente a G.

539.026.051 de la cual, el empresario deberá aportar el 74% equivalente a G. 397.979.848 y el aporte bancario de un 26% igual a G. 141.046.202.

Se considera que el proyecto tendrá una venta a capacidad máxima de 19.197 kilos de tortas, lo cual para el año 1 se proyecta el 50%, para el año 2 el 60%, para el año 3 el 75%, para el año 4 el 90% y para el año 5 el 95%. Esto teniendo en cuenta que un negocio empieza de a poco y va incrementando las ventas a medida que se va haciendo conocido el negocio.

Continuando con el desarrollo del proyecto se observará los aspectos contables que requerirán la organización, el plan de cuentas, el balance general y el estado de resultados del mismo.

Además, se menciona acerca del grado de responsabilidad social que se considera sumamente importante para la empresa, que ayuda a incentivar a los empleados a desempeñar eficazmente sus funciones y generando fuentes de trabajo para contribuir con la comunidad y para el mejoramiento del medio ambiente.

Para terminar, se considerará elaborar un plan de ampliación de la empresa, con todos los riesgos que ocasionan y aplicando todas las estrategias.

Este proyecto es un desafío para el emprendedor donde podrá adentrarse a un mercado sumamente competitivo en la actualidad, pero confiados en que con todas las

herramientas suficientes se podrá llevar a cabo de forma satisfactoria.