

Administración de Empresas

Ach Impresiones SRL

Víctor Ariel Chamorro Presentado

Asunción – Paraguay

2015

INDICE

INTRODUCCIÓN	6
RESUMEN EJECUTIVO	7
CAPÍTULO I	9
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	10
VISIÓN	11
MISIÓN	11
VALORES	12
OBJETIVO GENERAL.....	12
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
ORGANIGRAMA GENERAL	13
LOCALIZACIÓN.....	14
MACRO LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	15
MICRO LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	16
INVESTIGACIÓN DE MERCADO	17
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	43
LA VENTAJA COMPETITIVA	47
ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA EMPRESA (FODA).....	47
CAPÍTULO II	50
LEYES	51
PLAN FISCAL	68
PRESUPUESTO JURÍDICO INICIAL.....	69
ACTA DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD.....	72
CAPÍTULO III	78
VARIABLES MACROECONOMICAS	79
VARIABLES MICROECONOMICA.....	89
CAPÍTULO IV	92
ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE M. PORTER	93
ANÁLISIS DE LA DEMANDA	98
ANÁLISIS DE LA OFERTA	100
CAPÍTULO V	102
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	103
DISEÑO DE SUPERESTRUCTURA.....	104
CONFIGURACIONES ESTRUCTURALES	105
DISEÑO DE PUESTO.....	107
REGLAMENTO INTERNO DE LA EMPRESA	112
CONDICIONES DE INGRESOS Y RENUNCIAS.....	113
PROHIBICIONES	114
SANCIONES Y MEDIDAS DISCIPLINARIAS.....	115
RECURSOS HUMANOS (SALARIOS, MANO DE OBRA).....	117
MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES.....	119
MANUAL DE PROCEDIMIENTO	127

FLUXOGRAMA	130
CAPÍTULO VI.....	135
MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS	136
OBJETIVOS A CORTO PLAZO.....	135
OBJETIVOS A LARGO PLAZO.....	136
SITUACIÓN DE MERCADO Y COMPETENCIA	137
PRINCIPALES COMPETIDORES	141
ESTRATEGIAS.....	143
ANÁLISIS SITUACIONAL	144
ESTRATEGIAS COMPETITIVAS DE PORTER.....	148
ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO ANSOFF.....	148
PLAN DE MARKETING.....	149
CAPÍTULO VII.....	157
PLAN OPERACIONAL DE LA EMPRESA.....	158
ESTRUCTURA OPERATIVA.....	158
PROCESO DE PRODUCCIÓN	160
INFRAESTRUCTURA Y EQUIPOS NECESARIOS	162
PRINCIPALES PROVEEDORES	163
CAPÍTULO VIII.....	165
CUADROS FINANCIEROS	166
CAPÍTULO IX.....	185
DEFINICIONES BÁSICAS DE CONTABILIDAD.....	186
FUNCIONES BÁSICA DE LA CONTABILIDAD	187
PRINCIPIOS BÁSICOS DE CONTABILIDAD	188
CONCEPTO DE ACTIVO, PASIVO, Y PATRIMONIO NETO.....	192
LIBROS CONTABLES EXIGIDOS.....	193
CAPÍTULO X	195
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	196
IMPACTO AMBIENTAL:.....	196
IMPACTO SOCIOECONÓMICO	197
IMPACTO CULTURAL	198
ASPECTOS ETICOS DE SUSTENTABILIDAD DEL PROYECTO	198
CAPÍTULO XI.....	200
PLAN DE EXPANSIÓN.....	201
RIESGOS INTERNOS DE EXPANSIÓN	203
RIESGOS DE EXTERNOS DE EXPANCION	203
BARRERAS DE SALIDA.....	204
PLANES DE SALIDA DE ACH IMPRESIONES S.R.L.....	205
CONCLUSIÓN	206
BIBLIOGRAFIA	207

RESUMEN

ACH Impresiones Sociedad de Responsabilidad Limitada es un proyecto que muestra en forma teórica las actividades principales del proceso de apertura y puesta en marcha de una empresa comercial, cuya principal actividad es la de servicio de Artes Graficas respectivo.

Este material contiene aplicaciones a tener en cuenta para el desarrollo de la misma, como los aspectos financieros así también se desarrollará el área de marketing, análisis de mercado y otros temas que son indispensables para el buen funcionamiento de la empresa.

En los diversos capítulos, aspectos financieros y económicos, desde lo comercial se obtendrán todos los puntos claves que nos ayudará para la venta y una mayor satisfacción de las necesidades de los clientes.

El análisis de las necesidades existentes ayuda a obtener datos concretos sobre el mercado objetivo, el producto de mayor comercialización y los clientes.

A continuación, se detallan el contenido de los capítulos:

En el Capítulo I se presenta el plan de negocio, naturaleza, importancia, posible ubicación etc.

En el Capítulo II se presenta los aspectos jurídicos de la empresa (Leyes, Plan Fiscal, Presupuesto Jurídico etc).

En el Capítulo III se presenta los aspectos económicos del país como las variables macro económica y micro económica.

En el Capítulo IV se presenta el Análisis del mercado (Análisis de la Oferta y la Demanda) Análisis de las 5 Fuerzas de Porter.

En el Capítulo V se presenta el Plan de Administración, la estructura organizacional, manual de funciones y procedimientos, fluxograma, cargas sociales y otros.

En el Capítulo VI se presenta lo más importante de esta estructura que es el Plan de Marketing de la Empresa.

En el Capítulo VII se presenta el Plan Operacional de la empresa de servicio, estructuras operativas, servicios y actividades e infraestructura y equipos necesarios.

En el Capítulo VIII se desarrolla los aspectos financieros de la empresa.

En el Capítulo IX se tiene el plan contable, funciones de la contabilidad, conceptos, principios básico etc.

En el Capítulo X se expone la responsabilidad social asumida por la empresa y la incidencia del impacto ambiental, socio económico, socio cultural, así como los aspectos éticos del mismo.

En el Capítulo XI se expone el plan de expansión de la empresa, los riesgos internos y externos y la barrera de salida.