

Ciencias Contables y Administrativas

TRANSUNIÓN S.R.L.
Eficiencia y Calidad en Transportes

Natalia Soledad Cañete Bracho

Asunción - Paraguay
2019

INDICE

LISTAS DE GRÁFICOS, IMÁGENES E INDICES 08

INTRODUCCIÓN 11

RESUMEN EJECUTIVO 12

CAPÍTULO 1 CONCEPTO DEL NEGOCIO 14

1.1 Descripción de la empresa 15

1.2 Visión 15

1.3 Misión 16

1.4 Valores de la empresa 16

1.5 Objetivos 17

1.5.1 Objetivos Generales 18

1.5.2 Objetivos Específicos 18

1.6 Localización 18

1.6.1 Macrolocalización 18

1.6.2 Microlocalización 19

1.7 Ventajas Competitivas 22

CAPÍTULO 2 ASPECTOS JURÍDICOS 23

2.1 Proceso de Apertura del Negocio 24

2.2 Acta de Constitución 26

2.3 Leyes que afectan el Proyecto 36

2.3.1 Constitución Nacional 36

2.3.2 Ley 1183/85 Código Civil 37

2.3.3 Ley 213/93 Código Laboral. 37

2.3.4 Ley 1034/83 del Comerciante 38

2.3.5 Ley 1352 /88 Ministerio de Hacienda 39

2.3.6 Ley 881/ 81 Régimen Tributario Municipal 39

2.3.7 Ley 125/91 y 2421/04 Régimen Impositivo 40

2.3.8 Tasas Judiciales 40

2.3.9 Ley 1298 Registros de Marcas 41

2.3.10 Ley 836/80 Código Sanitario 42

2.3.11 Ley N° 1590/00 Dirección Nacional de Transporte 42

2.3.12 Ley 808/Art. 26 Servicio Nacional de Calidad y Salud 43

2.3.13 Ley 884/81 43

2.4 Plan Fiscal 44

2.5 Presupuesto Jurídico Inicial 45

CAPÍTULO 3 ASPECTOS ECONÓMICOS 50

3.1 Macroeconomía 51

3.1.1 Tasa de Desempleo 51

3.1.2 Producto Interno Bruto 53

3.1.3 Variación del Dólar 54

3.1.4 Tasa de Inflación 55

3.1.5 Variación del Salario Mínimo 57

3.2 Microeconomía

3.2.1 Elasticidad de la Oferta 58

3.2.2 Elasticidad de la Demanda 60

CAPÍTULO 4 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS 62

4.1 Estructura Organizacional 63

4.2 Organigrama según Henry Mintzbert 64

4.3 Configuraciones estructurales según Henry Mintzbert 65

4.4 Estrategias de Recursos Humanos 67

4.4.1 Proceso de reclutamiento del personal 67

4.4.2 Proceso de selección 68

4.4.3 Proceso de contratación 68

4.4.4 Proceso de Inducción 69

4.4.5 Proceso de Capacitación 70

4.5 Manual de Organizaciones y Funciones 71

4.5.1 Manual de funciones 72

4.5.2 Manual de procedimiento 74

4.5.3 Fluxograma 80

4.6 Layout 86

CAPÍTULO 5 ANÁLISIS DE MERCADO 87

5.1 Investigación de Mercado 88

5.1.1 Definición del problema u oportunidad 88

5.1.2 Objetivos de la Investigación 88

5.1.3 Diseño de la Investigación 89

5.1.3.1 Investigación Descriptiva 89

5.1.3.2 Recolección de Datos 89

5.1.3.3 Procesamiento de los Datos 90

5.1.3.4 Resultado de la Investigación 97

5.2 Análisis de la Estructura Competitiva del Sector 98

5.2.1 Competencia Potencial 99

5.2.2 Competencia Actual 100

5.2.3 Poder de los Proveedores 101

5.2.4 Poder del Cliente 102

5.2.5 Productos Sustitutos 103

5.2.6 Resumen 104

CAPÍTULO 6 PLAN DE MARKETING 105

6.1 Análisis FODA 106

6.2 Marketing Estratégico 110

6.3 Estrategias según Igor Ansoff 111

6.4 Estrategias según Michael Porter 112

6.5 Marketing Operativo 115

CAPÍTULO 7 ASPECTOS OPERACIONALES 119

7.1 Aspectos Operacionales 120

7.2 Organigrama del Sector Productivo 120

7.3 Proceso del Servicio 122

7.4 Principales Proveedores 123

CAPÍTULO 8 RESPONSABILIDAD SOCIAL 124

8.1 Responsabilidad Social 125

8.2	Impacto Ambiental	126
8.3	Impacto Socio Económico	128
8.4	Impacto Cultural	129
8.5	Aspectos Éticos	130
CAPÍTULO 9 PLAN DE EXPANSIÓN		131
9.1	Plan de Expansión	132
9.2	Riesgos Internos de Expansión	132
9.3	Riesgos Externos de Expansión	133
9.4	Barreras de Salida	134
CAPÍTULO 10 ASPECTOS FINANCIEROS		135
10.1	Inversión y Financiamiento	136
10.2	Cronograma de Inversión y Financiamiento	137
10.3	Servicio de Deuda	139
10.4	Proyección de Ventas	140
10.5	Capital de Trabajo Bruto y Neto	142
10.6	Proyección de Costos y Gastos	145
10.7	Costos del Proyecto	147
10.8	Mano de Obra y Cargas Sociales	148
10.9	Estados de Resultados	151
10.10	Flujo de Caja Proyectado	152
10.11	Evaluación con Financiación	153
10.11.1	Recuperación de Capital	154
10.12	Evaluación sin Financiación	155
10.12.1	Recuperación de Capital	156
10.13	Tasa de corte	157
10.14	Prima de Riesgo	158
10.15	Depreciaciones y Amortizaciones	160
10.16	Fuentes y Usos de Fondos	161
10.17	Punto de equilibrio	162
10.18	Balance Proyectado	164
CAPÍTULO 11 ASPECTOS CONTABLES		166
11.1	Plan de Cuentas	167
11.2	Manual de Cuentas	174
CONCLUSIÓN		186
BIBLIOGRAFÍA		188
ANEXO		189

RESUMEN

TransUnión Srl será una empresa de transporte que se dedicará exclusivamente al traslado de ganado bovino vivo, con cobertura a nivel nacional, en dónde mediante la investigación realizada a continuación se analizará la factibilidad y viabilidad del proyecto.

Estará situada en la ciudad de Asunción, barrio Loma Pyta, en la calle Néstor Romero Valdovinos esquina Don Aurelio González.

Con la creación de la empresa se buscará el desarrollo económico, social y ambiental de la zona en dónde la responsabilidad social y los valores serán la base fundamental para el logro de los objetivos de la empresa, generando fuentes de trabajo, brindando seguridad y satisfacción a los socios y los personales de la empresa.

Para el desarrollo de las actividades de la empresa se tendrán en cuenta las leyes que afectarán al proyecto y el proceso que deberá llevarse a cabo para la constitución de la misma.

El tipo de organigrama a ser utilizado será la estructura simple, en dónde el ápice estratégico tendrá un papel fundamental dentro de la organización, cuyo mecanismo de coordinación será la supervisión directa y las decisiones serán tomadas siempre por la gerencia.

A través de un estudio de mercado se determinará la demanda potencial del mercado, y cuáles son los factores más importantes para los clientes al momento de solicitar el servicio, esta recopilación de datos será de vital importancia para la toma de decisiones.

Se determinará también el plan de marketing estratégico y operativo, en donde se identificará el segmento a quien apuntará la empresa y las estrategias a ser utilizadas para satisfacer lo al máximo lo que exige el mercado.

De esta manera la planificación financiera para la evaluación del proyecto, se llevará a cabo a través de métodos que permitirán evaluar la rentabilidad del proyecto, dichos elementos utilizados serán el VAN (Valor Actualizado Neto) y la TIR (Tasa Interna de Retorno). Es así que la inversión inicial del proyecto estará dada por un 71% de capital propio 1.626.985 guaraníes y 29% consiste en un préstamo a largo plazo de 5 años, buscando lograr una rentabilidad promedio del 20% anual.