

Ciencias Contables y Administrativas

Móvil Home S.R.L.
Tu casa móvil, tu casa real

Nilda Noemí Pereira Escobar

Asunción – Paraguay
2019

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO	2
DEDICATORIA	3
ÍNDICE	4
INTRODUCCIÓN.....	8
RESUMEN EJECUTIVO.....	9
CAPITULO 1	
CONCEPTO DEL NEGOCIO	
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	11
VISIÓN	11
MISIÓN	12
VALORES	12
VALORES DE LA EMPRESA	13
OBJETIVOS	14
IMPORTANCIA DE LOS OBJETIVOS	14
OBJETIVO GENERAL	14
OBJETIVO ESPECIFICO	14
LOCALIZACIÓN	15
MACRO LOCALIZACIÓN	15
MICRO LOCALIZACIÓN	15
MÉTODOS DE LOS FACTORES PONDERADOS	16
VENTAJA COMPETITIVA	18
CAPÍTULO 2	
ASPECTOS JURIDICOS	
PROCESO DE APÉRTURA DEL NEGOCIO	20
ACTA DE CONSTITUCÓN	21
LEYES QUE AFECTAN AL PROYECTO	27
PLAN FISCAL	31
PRESUPUESTO JURIDICO FISCAL	31
GASTOS DE ESCRIBANÍA	31
PUBLICACIONES	32
APERTURA EN MUNICIPALIDAD	32
LIBROS IMPOSITIVOS Y LEGALES	32
INSCRIPCIÓN REGISTRO DE MARCA	32
CONFECCIÓN DE DOCUMENTOS	32
HONORARIOS PROFESIONALES	32
CAPITULO 3	
ASPECTOS ECONPOMICOS	
MACROECONOMIA	34
TASA DE DESEMPLEO	34
PRODUCTO INTERNO BRUTO	35
VARIACIÓN DEL DÓLAR	36
TASA DE INFLACIÓN	37
VARIACIÓN DEL SALARIO MÍNIMO	38

MICROECONOMIA	39
ELASTICIDAD DE LA OFERTA	39
ELASTICIDAD DE LA DEMANDA	40
CAPITULO 4	
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	42
CONFIGURACIÓN ESTRUCTURAL SEGÚN HENRY MINTZBERG	44
ESTRATÉGIAS DE RECURSOS HUMANOS	45
MANUAL DE FUNCIONES	47
MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	49
FLUXOGRAMA	51
DIAGRAMA DE PROCESOS	53
LAYOUT	54
CAPITULO 5	
ANÁLISIS DE MERCADO	
IDENTIFICAR Y DEFINIR EL PROBLEMA U OPORTUNIDAD	57
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	57
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	58
INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA	58
INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA	58
DISEÑAR LA MUESTRA	59
POBLACIÓN	59
MARCO MUESTREAL	59
FÓRMULA DE TAMAÑO DE MUESTRA	59
SELECCIONAR UN PROCEDIMIENTO	60
RECOLECTAR DATOS	60
PROCESAR DATOS	61
ANALIZAR DATOS	61
PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN	62
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	71
PRINCIPALES COMPETIDORES	72
ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA DEL SECTOR	72
COMPETENCIA POTENCIAL	73
COMPETENCIA ACTUAL	74
PODER DE LOS PROVEEDORES	74
PODER DE LOS CLIENTES	75
PRODUCTOS SUSTITUTOS	75
CAPITULO 6	
PLAN DE MARKETING	
ANÁLISIS FODA	78
MARKETING ESTRATÉGICO	80
ESTRATÉGIA SEGÚN IGOR ANSOFF	80
ESTRATÉGIAS SEGÚN MICHAEL PORTER	81
MARKETING OPERATIVO	83
CAPITULO 7	

ASPECTOS OPERACIONALES

ASPECTOS OPERACIONALES	85
ORGANIGRAMA DEL SECTOR DE COMERCIALIZACIÓN	85
PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN	86
PRINCIPALES PROVEEDORES	86

CAPITULO 8

RESPONSABILIDAD SOCIAL

RESPONSABILIDAD SOCIAL	88
IMPACTO AMBIENTAL	89
IMPACTO SOCIOECONOMICO	90
IMPACTO CULTURAL	90
ASPECTOS ÉTICOS DE SUSTENTABILIDAD DEL PROYECTO	91

CAPITULO 9

PLAN DE EXPANSIÓN

PLAN DE EXPANSIÓN	93
RIESGOS INTERNOS DE EXPANSIÓN	93
RIESGOS EXTERNOS DE EXPANSIÓN	94
BARRERAS DE SALIDA	95

CAPITULO 10

ASPECTOS FINANCIERO

INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	97
CRONOGRAMA DE INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO	98
SERVICIO DE LA DEUDA	99
PROYECCIÓN DE VENTAS	100
CAPITAL DE TRABAJO BRUTO Y NETO	102
PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS	104
COSTOS DEL PROYECTO	105
MANO DE OBRA Y CARGAS SOCIALES	106
ESTADO DE RESULTADO	107
FLUJO DE CAJA PROYECTADO	109
EVALUACIÓN DEL VAN – TIR	110
CON FINANCIAMIENTO	110
SIN FINANCIAMIENTO	111
CÁLCULO	113
DEPRECIACIONES	113
AMORTIZACIONES	113
FUENTE Y USO DE FONDOS	114
PUNTO DE EQUILIBRIO	115
CONTABLE	116
FINANCIERO	116
BALANCE PROYECTADO	116
CONCLUSIÓN	118
BIBLIOGRAFIA	119
GLOSARIO	120
ANEXO	124

RESUMEN

El objetivo principal de este proyecto de Movil Home, consiste en desarrollar un plan de entrada al mercado que pueda generar el desarrollo y convertir sus ventajas comparativas contenidas en el conocimiento relacionado con las casas móviles. Son pocas las empresas distribuidoras existentes aquí en Paraguay que producen y venden este tipo de productos. Nuestro negocio consiste en la comercialización de casas móviles, tanto totalmente equipada como también no equipada.

La casa móvil o micro oficina como lo llaman, tiene características similares a una casa tradicional, la única diferencia estaría en que es movable, es decir con base de chasis, compuesto la parte superior de madera y estructura tradicional.

Este proyecto se desarrolla de acuerdo a las pautas establecidas de investigación, como ser los aspectos jurídicos, aspectos económicos, aspectos administrativos, la principal fuente de información que fueron hechos a personas con conocimientos y expertos sobre el proyecto. Mediante estas investigaciones de observación se adquieren conocimientos, informaciones de incursionar o no en el mercado competitivo.

El mercado objetivo o mercado meta, sería la ciudad de Asunción zona de Loma Pyta, zona considerado de posicionamiento estratégico, por la cantidad de personas y empresas adheridas en la zona, por ello es importante destacar que móvil home emprenderá un acercamiento a lo que emplea una responsabilidad social, conformar un equipo de trabajo especialmente dedicado a este fin de aportar con la ciudadanía.