

Ciencias Contables y Administrativas

BEYOND S.R.L

Creando Calidad y Originalidad en 3D

Ingrid Vanesa Escurra Ojeda

Asunción – Paraguay

2019

ÍNDICE

Justificación	1
Capítulo I – Concepto del Negocio	2
¿Qué son las impresiones en 3D?	3
Misión	4
Visión	4
Valores	4
1. Objetivos	7
1.1 Objetivo General	7
1.2 Objetivo Especifico	7
2. Localización	8
2.1 Macro localización	8
2.2 Empresa Considerada	9
3. Localización del Proyecto	9
3.1 Método de Factores Ponderados	9
3.2 Escala	10
4. Ventaja Competitiva	11
Capítulo II – Aspectos jurídicos	13
1. Requisitos Particulares Para Apertura	13
1.1 Escritura De Constitución De Aporte Y Capital	13
1.2 Requisitos	13
2. Inscripción En Los Registros Públicos	14
2.1 Inscripción En La Dirección De Apoyo Del Ministerio De Hacienda	14
2.2 Matricula Del Comerciante	15
2.3 Inscripción En El Ministerio De Industria Y Comercio	15
2.4 Inscripción En La Municipalidad De Villa Elisa	16
2.5 Rubricación De Los Libros Comerciales	16
2.6 Timbrado De Documentos	17
2.7 Inscripción En El Departamento De Registro Y Fiscalización De Sociedad	18
2.8 Inscripción Instituto De Previsión Social (IPS)	18
2.9 Inscripción Ministerio De Justicia Y Trabajo (MJT)	19
3. Sistema Unificado De Apertura De Empresas (SUAE)	21
4. Presupuesto Jurídico Inicial	24
5. Acta De Constitución De La Sociedad	27
6. Aspectos Jurídicos de la Empresa	36
6.1 Constitución Nacional	36
6.2 Ley N° 1.183/85 Código Civil	39
6.3 Ley 213 Código Laboral Del Paraguay	41
6.4 Ley No. 1034/83 Del Comerciante	43
6.5 Ley N° 1352/88 Que establece el Régimen Único de Contribuyentes	46
6.6 Ley N° 125/91 Que Establece El Nuevo Régimen Tributario	48
6.7 Ley N° 2421/04 Régimen Impositivo (IVA)	50
6.8 Ley 284/7 Tasas Judiciales	52

6.9 Ley No.1294 De 1998 De Marcas	55
6.10 De Las Marcas De Productos Y Servicios	56
6.10.1 Cómo Se Registra Una Marca	57
6.10.2 Plazo Y Validez	57
6.11 Ley N° 836 De Código Sanitario	57
Capítulo III – Aspectos Económicos	61
1. Análisis Económico De Contexto	62
1.1 Macroeconomía	62
1.2 Tasa De Desempleo	62
1.3 Producto Interno Bruto (PIB)	64
1.4 Variación Del Dólar	66
1.5 Tasa De Inflación	67
1.5.1 Principales Aspectos De La Inflación	68
1.5.2 Inflación En Bienes, Servicios Y Renta	70
1.6 Variación Del Salario Mínimo	71
2. Elasticidad De Oferta	73
3. Elasticidad De La Demanda	74
Capítulo VI – Aspectos Administrativos	75
1. Estructura Organizativa	76
2. Organigrama según Henry Mintzberg	77
3. Configuración Estructural	76
3.1 Estructura Simple	79
4. Estrategia de Recursos Humanos	79
5. Manual de Organización y Funciones	81
5.1 Manual De Funciones	81
5.2 Manual De Procedimientos	83
5.3 Flujograma	85
6. Layout	87
7. Contabilidad	90
7.1 Funciones Básicas De La Contabilidad	90
8. Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados	91
8.1 Ente	91
8.2 Bienes Económicos	91
8.3. Unidad De Medida	91
8.4 Empresa En Marcha	92
8.5 Valuación Al Costo	92
8.6 Periodo De Tiempo	93
8.7 Principio De Devengado	93
8.8 Objetividad	94
8.9 Prudencia	94
8.10 Uniformidad	95
8.11 Significación O Importancia Relativa	95
8.12 Revelación Suficiente	96
9. Activo, Pasivo Y Patrimonio	96
10. Libros de Contabilidad	96

10.1 Libro Diario General	97
10.2 Libro Mayor General	97
10.3 Libro De Inventarios	98
10.4 Libro IVA Compras	98
10.5 Libro IVA Ventas	98
10.6 Plan de Cuentas	99
Capítulo V– Análisis de Mercado	109
Sector Económico	110
Actividad	110
Alcance De La Idea De Negocio	110
Mercado Global	111
Mercado Potencial	111
1. Investigación de Mercado	112
2. Publico Objetivo	118
3. Plan de Acción	118
3.1 Estrategias del Plan	120
4. Análisis De Fuerzas De Michael Porter	121
4.1 Competencia Potencial	121
1.2 Competencia Actual, Rivalidad Entre Empresas	121
2.3 Poder De Los Proveedores	122
1.4 Poder De Clientes	122
1.5 Productos Sustitutos	123
4.6 Resumen	123
Capítulo VI – Plan de Marketing	125
1. Análisis FODA	126
2. Matriz De Ansoff	128
3. Estrategia De Michael Porter	129
4. Marketing Operativo	130
5. Servicios de Posventa	133
6. Canales de Distribución	134
Capítulo VII – Aspectos Operacionales	135
1. Análisis FODA	136
2. Proceso De Producción	136
2.1 Almacenamiento de materias primas e insumos	136
2.2 Proceso de Impresión de Sillas	137
3. Proveedores De Los Insumos Necesarios	143
Capítulo VIII - Responsabilidad social empresarial (RSE)	144
1. Responsabilidad Interna	145
2. Responsabilidad Externa	145
3. Impacto Ambiental	148
4. Impacto Socioeconómico	149
5. Impacto Cultural	150
6. Aspectos Éticos De Sustentabilidad Del Proyecto	151
Capítulo IX - Plan de Expansión empresarial	152
1. Diversificación De La Producción	153

2. Riesgos Internos De Expansión	154
3. Riesgos Externos De Expansión	155
4. Barreras De Salida	156
Capítulo X – Aspectos Financieros	157
1. Cuadro 1. Inversión y Financiamiento	158
2. Cuadro 2. Cronograma de Inversión y Financiamiento	159
3. Cuadro 3. Servicio de Deuda	160
4. Cuadro 4. Ventas del Proyecto	161
5. Cuadro 5. Capital de Trabajo Requerido	152
6. Cuadro 6. Costos del Proyecto	163
6.1 Cuadro 6-1. Estructura de Costos Fijos y Variables	164
7. Cuadro 7. Estados de Resultados Proyectados	165
8. Cuadro 8. Calculo de la Rentabilidad de Proyecto Con Financiamiento	166
9. Cuadro 8. Calculo de la Rentabilidad de Proyecto Sin Financiamiento	167
10. Cuadro 9. Calculo de las Depreciaciones y Amortizaciones	168
11. Cuadro 10. Fuentes y Usos de Fondos	169
12. Cuadro 11. Calculo del Punto de Equilibrio	170
13. Cuadro 12. Balances Proyectados	171
14. Cuadro de mano de obra	172
15. Costo Promedio Ponderado de Capital (Tasa de Corte)	173
Conclusión	174
Bibliografía	176

RESUMEN

El presente plan de negocios considera demostrar la viabilidad de fabricar sillas por medio de impresoras 3D, cuya tecnología es muy utilizada en empresas del mundo y ayudan no solo a abaratar costes, sino que también a la eficacia en la fabricación de dichas sillas, el alcance va destinado al mercado minorista y mayorista de la zona del Departamento Central y el todo el territorio nacional.

Demuestra la factibilidad de aprovechar las oportunidades del entorno, así como las ventajas competitivas del sector para este tipo de productos, y al mismo tiempo generar ventajas competitivas en un mercado que desee satisfacer la demanda por parte de los consumidores. Los análisis realizados para la ubicación del proyecto concluyeron que, para obtener un óptimo beneficio para la empresa, la misma estará ubicada en la Ciudad de Villa Elisa, del Departamento Central.

Luego de realizar el estudio de mercado se ha establecido que el consumidor objetivo según el Plan de Negocios, estará conformado por hombres y mujeres pertenecientes a niveles socioeconómicos medio; desde el rango medio-bajo, medio-medio, y medio-alto, distribuidores o establecimientos dedicados a ese ramo. La estrategia genérica de la firma BEYOND S.R.L. será la de un enfoque de Liderazgo en Costos, y tendrá como objetivo la Penetración del Mercado, las estrategias competitivas se basan en un producto que refleje calidad y precios bajos.

El precio presentado se ha fijado tomando como referencia lo establecido por el mercado, ya que el mismo es quien generalmente fija el precio y analizando los factores que se tendrán en cuenta en este proyecto se ha determinado los que se consideran competitivos dentro del mercado para generar utilidades.

Conforme a las proyecciones financieras, se espera que al finalizar el quinto año de la operación comercial el VAN del proyecto sea Gs. 1.065.997.846. Contando con una TIR del 47 % y una Tasa de Corte del 18%, con lo cual en el año 5 se contará con un Índice de Endeudamiento de solo el 18 %.