

Administración de Empresas

Hamacas Kerana S.R.L.

Romina Mariel Ramírez Vázquez

Noelia Nuar Ojeda González

Asunción - Paraguay

2016

ÍNDICE

RESUMEN	1
CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DEL PROYECTO	2
Descubrimiento y planteamiento de la idea de negocio.....	3
Necesidad.....	3
Idea inicial de negocio.....	5
Naturaleza de la idea de negocio.....	6
Alcance de la idea de negocio.....	6
Ventaja competitiva.....	8
Diseño de investigación, preparación y trabajo de campo.....	9
Datos estadísticos de la encuesta.....	10
Análisis económico de contexto.....	19
PIB.....	19
Variación del dólar.....	19
Desempleo.....	21
Inflación.....	24
Variación del salario mínimo.....	25
Elasticidad de oferta y demanda.....	27
Análisis de oferta.....	31
Principales competidores.....	31
Productos/servicios sustitutos.....	31
Análisis de fuerzas de Michael Porter.....	32
Análisis de demanda.....	33
Clientes potenciales.....	33
Volumen de consumo.....	34
Relevamiento de interés (encuestas, cuestionarios, etc.).....	34
Beneficio esperado.....	34
Tipología y características deseadas en productos/servicios.....	34
Envases, embalajes, servicios posventa.....	35
Canales de comunicación.....	35

Estimación de precios.....	35
CAPÍTULO II: PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL.....	36
Descripción de la empresa. Denominación. Logo. Lema.....	37
Tipología de empresa.....	37
Misión. Visión. Valores. Objetivos.....	38
Estructura. Organigrama general.....	39
Análisis situacional de la empresa (FODA).....	41
Análisis de factores ponderados para localización de plantas/oficinas.....	41
Selección y justificación de indicadores.....	41
Determinación de peso relativo por indicador.....	42
Selección y justificación de potenciales ubicaciones.....	42
Ponderación de ubicaciones y selección final.....	42
Estructura de Mintzberg (DEO).....	43
Políticas y reglamentos.....	46
Manual de organizaciones y funciones.....	54
Manual de procedimientos.....	60
Fluxograma (principales procedimientos o funciones).....	64
Layout.....	67
Aspectos jurídicos de la empresa.....	68
Aplicación y justificación de leyes y regulaciones.....	68
Ley 1183/85 Código Civil.....	68
Ley 213, Código Laboral.....	86
Ley 1034/83, del Comerciante.....	88
Ley 125/91 y 2421/04 Régimen impositivo (IVA).....	100
IVA, impuesto a la renta comercial industrial o servicios.....	110
Ley 1352/88, RUC, Ministerio de Hacienda.....	117
Constitución Nacional, DE LOS DERECHOS LABORALES.....	123
Ley 1294/98, de Marcas.....	126
Requisitos para la inscripción de la empresa (SA, SRL, SIREL).....	138
Descripción del proceso de inscripción legal de la empresa.....	139

Inscripción en el Ministerio de Industria y Comercio.....	139
Matricula del Comerciante.....	140
Rúbrica de libros contables.....	140
Patente Municipal.....	140
IPS.	141
MJYT.....	142
ACTA DE CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD.....	143
Plan fiscal de la empresa.....	147
Presupuesto jurídica inicial.....	148
Plan operacional.....	150
Infraestructura y equipos necesarios.....	150
Principales Proveedores (materia prima e insumos).....	152
CAPITULO III: PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.....	153
Marketing estratégico.....	154
Dimensionamiento del mercado.....	154
Identificación de mercados de referencia.....	154
Selección y justificación de estrategias de cobertura de los mercados...	154
Concentración.....	154
Microsegmentación.....	155
Aplicación de estrategias de segmentación.....	155
Elección de posicionamiento.....	155
Estrategias.....	156
Por características sociodemográficas.....	156
Por ventajas buscadas.....	156
Por estilos de vida.....	156
Por comportamiento de compra.....	157
Selección y justificación de mercado meta.....	157
Estrategia de Porter.....	157
Selección y justificación.....	157
Estrategia de Ansoff.....	158

Selección y justificación.....	158
Marketing operativo.....	159
Mix de marketing para productos (4Ps).....	159
Producto: Descripción de producto.....	159
Precio: estrategia de fijación de precios.....	160
Plaza: selección y justificación del canal de distribución.....	160
Promoción: construcción del plan de marketing específico.....	160
CAPÍTULO IV: PLANIFICACIÓN FINANCIERA.....	161
Mano de Obra.....	162
Inversión y Financiamiento.....	163
Cronograma Inversión y Financiamiento.....	164
Servicios de deuda.....	165
Venta del Proyecto.....	166
Capital del Trabajo Requerido.....	167
Costos del Proyecto.....	168
Estructura de Costos.....	169
Estado de Resultado Proyectado.....	170
Calculo de la Rentabilidad del Proyecto con Financiamiento.....	171
Calculo de la Rentabilidad del Proyecto sin Financiamiento.....	172
Calculo de Depreciación y Amortización.....	173
Fuente y uso de fondos.....	173
Punto de Equilibrio.....	175
Balance proyecto.....	176
Tasa de corte y prima por riesgo.....	177
CAPÍTULO V: PLANIFICACIÓN CONTABLE.....	178
Contabilidad. Definición.....	179
Funciones Básicas de la Contabilidad.....	179
Principios Básicos de la Contabilidad.....	181
Equidad. Valuación al Costo.....	181
Ejercicio. Devengado. Objetividad. Realización. Prudencia.....	182
Uniformidad. Materialidad. Exposición.....	183

Activo. Concepto.....	185
Pasivo y Patrimonio Neto.....	186
Libros Contables Exigidos.....	186
Clases de Libros.....	187
Libro Diario. Libro Mayor. Libro Inventario.....	187
CAPITULO VI: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	188
Impacto ambiental.....	189
Impacto socioeconómico.....	189
Impacto cultural.....	190
Aspectos éticos de la sustentabilidad del proyecto.....	191
CAPÍTULO VII: PLAN DE EXPANSIÓN EMPRESARIAL.....	192
Plan de Expansión. Exportación y Sucursales de Ventas.....	193
Riesgos interno de expansión.....	193
Riesgos externo de expansión.....	194
Barreras de salida.....	194
Evolución del mercado de referencia.....	196
Adopción y difusión según nuevos compradores.....	196
Ampliación de nuevas funciones.....	197
Sustitución tecnológica.....	197
CONCLUSIONES.....	198
ANEXOS.....	201
BIBLIOGRAFÍA.....	206

RESUMEN

El presente trabajo ha sido elaborado como estudio de proyecto para la creación de un negocio dedicado a la comercialización de Hamacas con soportes

Los resultados obtenidos servirán para tener un conocimiento profundo de la implicancia de los diferentes ámbitos importantes que las empresas de este tipo deben tener en cuenta, desde la idea del proyecto, la legalización del negocio, los tributos, los recursos humanos, la logística, la situación del mercado, el posicionamiento en el mercado y otros. Para el estudio se tomó en cuenta las características del producto y a la población objetivo a quien va dirigido.

La empresa llevará como denominación KERANA S.R.L, la misma será de naturaleza comercial. Será una Sociedad de Responsabilidad Limitada, en la cual los socios responderán a las responsabilidades sociales con terceros hasta el monto de sus cuotas, con las particularidades que esto pueda representar.

El motivo de la elección de esta denominación es básicamente porque se trata de la forma de constitución de sociedad mejor adaptada para las microempresas en nuestro país debido esencialmente a la facilidad de manejo que genera este tipo de sociedad que permite establecer una clara y marcada diferenciación y separación entre los bienes personales de cada socio y los bienes que representan el patrimonio empresarial. Por otra parte, esta forma de sociedad es menos costosa que otras modalidades de constitución que implican incurrir en mayores costos para el cumplimiento de formalidades exigidas por ley.