

Ciencias Contables y Administrativas

“GRUPO MAS VENTAS”

David Manuel Lezcano Altamirano

Asunción – Paraguay

2018

INDICE

INDICE	3
INTRODUCCIÓN	8
RESUMEN EJECUTIVO	9
CAPITULO I – CONCEPTO DEL NEGOCIO	11
CONCEPTO DEL NEGOCIO	12
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	12
CAPITULO II – ASPECTO JURÍDICO	25
APERTURA DE LA EMPRESA	26
CARACTERÍSTICAS GENERALES DE UNA SRL	26
PASOS PARA LA APERTURA	28
CAPITULO III - ASPECTOS ECONÓMICOS	50
MACROECONOMIA	51
DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN	52
TASA DE ACTIVIDAD O DE PARTICIPACIÓN LABORAL	52
TASA DE OCUPACIÓN	53
TASA DE DESOCUPACIÓN (DESEMPLEO ABIERTO)	54
CARACTERÍSTICAS DE LA OCUPACIÓN DE LA POBLACIÓN OCUPADA.	55
PIB (PRODUCTO INTERNO BRUTO)	56
VALORACIÓN DEL DÓLAR	58
TASA DE INFLACIÓN	60
VARIACIÓN DEL SALARIO MÍNIMO	61
ANÁLISIS MACROECONÓMICO PARA EL GRUPO MÁS VENTAS S.R.L.	62
MICROECONOMÍA	63
ELASTICIDAD DE OFERTA.	63
ELASTICIDAD DE LA DEMANDA	64
CAPITULO IV – ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	66
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	67
DISEÑO ORGANIZACIONAL - HENRY MINTZBERG	67
DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA EL GRUPO MÁS VENTAS S.R.L.	69
TIPOS DE ESTRUCTURA	70
EL GRUPO MÁS VENTAS COMO ESTRUCTURA EMPRESARIAL SIMPLE.	71
ESTRATEGIAS DE RECURSOS HUMANOS.	80
MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES.	82
MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	90
LAYOUT	95
LAYOUT PARA EL GRUPO MÁS VENTAS S.R.L.	95
GRÁFICO LAYOUT PARA EL GRUPO MÁS VENTAS S.R.L.	96
FLUXOGRAMA	97
CAPITULO V – ANÁLISIS DE MERCADO	100
INVESTIGACIÓN DE MERCADO	101

IDENTIFICAR Y DEFINIR EL PROBLEMA U OPORTUNIDAD.	102
DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	103
MÉTODO DE RECOLECCIÓN, PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.	104
DISEÑAR LA MUESTRA	105
PRINCIPALES COMPETIDORES.	124
ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA DEL SECTOR (MICHAEL PORTER).....	125
COMPETENCIA POTENCIAL	126
COMPETENCIA ACTUAL, RIVALIDAD ENTRE EMPRESAS	127
PODER DE LOS PROVEEDORES	127
PODER DE CLIENTES	128
PRODUCTOS SUSTITUTOS	128
SÍNTESIS DE LAS DISTINTAS FUERZAS COMPETITIVAS	128
CAPITULO VI – PLAN DE MARKETING	129
ANÁLISIS FODA.	130
FORTALEZAS	130
OPORTUNIDADES	131
DEBILIDADES	131
AMENAZAS	131
IMPORTANCIA DE UN ANÁLISIS FODA	132
MARKETING ESTRATÉGICO	132
ESTRATEGIAS SEGÚN IGOR ANSOFF	133
ESTRATEGIAS SEGÚN MICHAEL PORTER	136
MARKETING OPERATIVO	142
PRODUCTO	143
PRECIO	143
PLAZA	144
PROMOCIÓN	144
PERSONAS	145
PROCESO	145
PRUEBA FÍSICA	146
CAPITULO VII – ASPECTOS OPERACIONALES	147
ORGANIGRAMA DEL SECTOR PRODUCTIVO.	148
PROCESO DE PRODUCCIÓN.	148
PRINCIPALES PROVEEDORES	149
CAPITULO VIII – RESPONSABILIDAD SOCIAL	150
RSE	151
IMPACTO AMBIENTAL.	153
IMPACTO SOCIOECONÓMICO	155
IMPACTO CULTURAL	156
ASPECTOS ÉTICOS DE SUSTENTABILIDAD DEL PROYECTO	157
CAPITULO IX – PLAN DE EXPANSION	158

PLAN DE EXPANCIÓN	159
RIESGOS INTERNOS DE EXPANSIÓN	161
RIESGOS EXTERNOS DE EXPANSIÓN	162
BARRERAS DE SALIDA	163
CAPITULO X - ASPECTOS FINANCIEROS	165
INVERSIONES NECESARIAS Y FINANCIACIONES.	166
CRONOGRAMA DE INVERSIONES Y FINANCIACIONES	168
SERVICIO DE LA DEUDA	169
PROYECCIÓN DE VENTAS	170
CAPITAL DE TRABAJO BRUTO Y NETO	171
PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS	172
MANO DE OBRA Y CARGAS SOCIALES	173
ESTADO DE RESULTADOS	174
CÁLCULO DE RENTABILIDAD	175
CÁLCULO DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	176
FUENTE Y USO DE FONDOS.	177
PUNTO DE EQUILIBRIO CONTABLE Y FINANCIERO	178
BALANCE PROYECTADO	179
DETALLE DE TASA DE CORTE Y COSTO DE OPORTUNIDAD	180
CÁLCULO DE RESERVA LEGAL	181
CAPITULO XI – ASPECTOS CONTABLES	182
DEFINICIONES BÁSICAS DE CONTABILIDAD	183
LA CONTABILIDAD.	183
FUNCIONES BÁSICAS.	183
PRINCIPIOS BÁSICOS.	184
ENTE	184
BIENES ECONÓMICOS	184
UNIDAD DE MEDIDA	184
EMPRESA EN MARCHA	185
VALUACIÓN AL COSTO	185
PERÍODO	185
DEVENGADO	186
OBJETIVIDAD	186
PRUDENCIA	186
UNIFORMIDAD	187
SIGNIFICACIÓN O IMPORTANCIA RELATIVA	187
REVELACIÓN SUFICIENTE	187
CONCEPTOS BÁSICOS DE ACTIVO, PASIVO, PATRIMONIO NETO.....	188
ACTIVO	188
PASIVO	189
PATRIMONIO NETO	190
LIBROS CONTABLES EXIGIDOS (SEGÚN ESPECIFICACIONES DE LA LEY	

1.034/83 DEL COMERCIANTE).....	190
LIBRO DIARIO	191
LIBRO INVENTARIO	191
PLAN DE CUENTAS	191
MANUAL DE CUENTAS	194
BALANCE GENERAL	217
ESTADO DE RESULTADOS	220
VARIACIÓN DEL PATRIMONIO NETO	221
CONCLUSION	222
BIBLIOGRAFIA	224

RESUMEN

GRUPO MAS VENTAS S.R.L., es una empresa dedicada a ventas en la sección de muebles para el hogar, exclusivamente mobiliarios para el área de la sala en el mercado paraguayo para favorecer el desarrollo sostenible que demanda la sociedad moderna, respetando los factores culturales de mercado en el que reside. Las actividades de la empresa buscarán servir y dar satisfacción a personas de porte que se dediquen a actividades laborales de forma dependiente e independiente. La variedad de clientes potenciales es grande dado que el mercado va dando crecimiento acelerado al interés que poseen las personas por mantener cada vez mejor su lugar preferido, su hogar. El objetivo general del presente plan de negocio es desarrollar un negocio de ventas más cercano, pero a la vez con más opciones en un solo lugar y con la comodidad de que puede realizar en cualquier tiempo y horario, esta decisión permite a los clientes tener un menor costo sin comprometer la satisfacción de sus propias necesidades en tiempo y forma.

La evolución de las construcciones de casas familiares, condominios, dúplex, edificios y hoteles, ocurre cada vez en periodos más cortos. Esto significa que las personas deben renovar o hacer crecer su infraestructura con mayor rapidez, para poder adaptarse a los cambios en todos los ambientes, las amenazas competitivas y a la evolución de la tecnología. Esta situación se da en todos los ámbitos y más aún en el negocio de la industria y la ganadería, negocios de gran expansión y sustento en el país. Probablemente el reto más importante es mantener los clientes, ya que esto se agudiza más por la variedad de accesos a redes sociales y sitios web, lo que llevaría a una alta falta de liquidez o flujo de efectivo en el caso que sean a créditos las ventas, costos escondidos de desperfectos o por casos judiciales para el retiro de los muebles y disminución del retorno de la inversión, así como serios riesgos de pagos.

Las ventas permitirán a la empresa responder instantáneamente a la demanda impredecible del negocio. Esta seguridad recae en que ofrecerá productos disponibles por los convenios comerciales con los importadores de mobiliarios GLOBO S.A. Y ABBA., permitiendo a esta concentrarse exclusivamente en el negocio. Este servicio será ofrecido a personas dependientes como independientes. Su puesta en marcha implica la aplicación de una inversión inicial de aporte propio de 250 millones de guaraníes integrado por dos socios y sin un apalancamiento financiero. El emprendimiento tiene como objetivo Minimizar el riesgo y aprovechar las oportunidades y los recursos financieros, al mismo tiempo decidir anticipadamente las necesidades de dinero y su correcta aplicación, buscando su mejor rendimiento y su máxima seguridad financiera.

Para con el cliente es menester destacar en profesionalismo y conocimiento técnico de la actividad a través de la capacitación constante. Brindar siempre asistencia integral y preventiva a clientes a fin de prolongar vida útil de los muebles, creando de esta manera fidelidad en ellos.