

Ciencias Contables y Administrativas

Mega Plásticos S.R.L.

Norma Isabel Cañete Soria

Asunción – Paraguay

2015

INDICE

AGRADECIMIENTO	2
DEDICATORIA	3
INDICE	4
INTRODUCCION	8
RESUMEN EJECUTIVO	9
CAPITULO I – CONCEPTO DEL NEGOCIO	10
1.1 DESCRIPCION DE LA EMPRESA.....	11
1.2 VISION.....	12
1.3 MISION	12
1.4 VALORES	14
1.5 OBJETIVOS	15
1.5.1 OBJETIVOS GENERALES	15
1.5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	15
1.6 LOCALIZACION	16
1.6.1 MACROLOCALIZACION	16
1.6.2 MICROLOCALIZACION	17
1.6.3 METODO DE LOS FACTORES PONDERADOS	17
1.6.4 VENTAJA COMPETITIVA.....	19
CAPITULO II – ASPECTOS JURIDICOS	20
2.1 PROCESO DE APERTURA DEL NEGOCIO	21
2.2. ACTA DE CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD	23
2.3 LEYES QUE AFECTAN EL PROYECTO	29
2.4 PLAN FISCAL	29
2.5 PRESUPUESTO JURIDICO INICIAL.....	30
CAPITULO III – ASPECTOS ECONOMICOS	33
3.1 MACROECONOMIA.....	34
3.1.1 TASA DE DESEMPLEO	35
3.1.2 PRODUCTO INTERNO BRUTO	43
3.1.3 POLITICA CAMBIARIA – VARIACION DEL DÓLAR	47
3.1.4 TASA DE INFLACION.....	52
3.1.5 VARIACION DEL SALARIO MINIMO	54
3.1.6 IMPACTO DE LAS VARIABLES SOBRE EL PROYECTO	55
3.2 MICROECONOMÍA	56
3.2.1 ELASTICIDAD DE LA OFERTA.....	56
3.2.2 ELASTICIDAD DE LA DEMANDA.....	57
CAPITULO IV – ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	59
4.1 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA.....	60
4.1.1 ORGANIGRAMA GENERAL.....	60
4.1.2 ORGANIGRAMA SEGÚN HENRY MINTZBERG.....	61
4.1.3 CONFIGURACION ESTRUCTURAL SEGÚN HENRY MINTZBERG.....	62
4.1.4 ESTRATEGIA DE RECURSOS HUMANOS	63
4.1.5 MANUAL DE FUNCIONES.....	66
4.1.6 MANUAL DE PROCEDIMIENTOS.....	81

4.1.7 FLUXOGRAMA.....	96
4.1.8 LAYOUT.....	100
CAPITULO V – ANALISIS DE MERCADO.....	101
5.1 INVESTIGACION DE MERCADO.....	102
5.1.1 IDENTIFICACION DEL PROBLEMA U OPORTUNIDAD.....	102
5.1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADO.....	102
5.1.3 FUENTES DE DATOS.....	103
5.1.4 DISEÑO DE CUESTIONARIO.....	103
5.1.5 ANALISIS DE DATOS	103
5.1.6 DISEÑO DE LA MUESTRA.....	104
5.1.6.1 POBLACION.....	104
5.1.6.2 MARCO MUESTRAL.....	104
5.1.6.3 FORMULA DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	104
5.1.7 RESULTADO DE LA INVESTIGACION.....	113
5.2 PRINCIPALES COMPETIDORES.....	114
5.3 ANALISIS DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA SEGÚN MICHAEL PORTER.....	115
5.3.1 RESUMEN.....	120
CAPITULO VI – PLAN DE MARKETING.....	121
6.1 MATRIZ ANALISIS FODA.....	122
6.2 MARKETING ESTRATEGICO.....	123
6.2.1 ESTRATEGIAS SEGÚN IGOR ANSOFF.....	123
6.2.2 ESTRATEGIAS SEGÚN MICHAEL PORTER.....	124
6.3 MARKETING OPERATIVO.....	126
6.3.1 PRODUCTO.....	126
6.3.2 PRECIO.....	126
6.3.3 PLAZA.....	126
6.3.4 PROMOCION.....	127
CAPITULO VII – ASPECTOS OPERACIONALES.....	128
7.1 ORGANIGRAMA DEL SECTOR DE COMPRAS.....	129
7.2 PROCESO DE COMPRAS DE MERCADERIAS.....	130
7.3 PRINCIPALES PROVEEDORES.....	131
CAPITULO VIII- RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	134
8.1 IMPACTO AMBIENTAL.....	137
8.2 IMPACTO SOCIOECONOMICO.....	138
8.3 IMPACTO CULTURAL.....	139
8.4 ASPECTOS ETICOS DE SUSTENTABILIDAD DEL PROYECTO.....	140
CAPITULO IX – PLAN DE EXPANSION.....	141
9.1 RIESGOS INTERNOS DE EXPANSION	143
9.2 RIESGOS EXTERNOS DE EXPANSION	147
9.3 BARRERAS DE SALIDA.....	148
9.4 IMAGEN DE MARCA.....	149
9.5 MAPA DE RIESGO.....	150
CAPITULO X – ASPECTOS FINANCIEROS.....	152

10.1 CUADRO DE PERSONAL NECESARIO.....	153
10.2 INVERSIONES NECESARIAS Y FINANCIACIONES.....	154
10.3 CRONOGRAMA DE INVERSIONES Y FINANCIACIONES.....	155
10.4 SERVICIO DE LA DEUDA.....	156
10.5 PROYECCION DE VENTAS.....	157
10.6 CAPITAL DE TRABAJO BRUTO Y NETO.....	158
10.7 COSTOS FIJOS Y VARIABLES.....	159
10.8 COSTOS DEL PROYECTO	160
10.9 ESTADO DE RESULTADOS	161
10.10 CALCULO DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO CON FINANCIACION.....	162
10.11 CALCULO DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO SIN FINANCIACION..	163
10.12 CALCULO DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES.....	164
10.13 FUENTE Y USO DE FONDOS.....	165
10.14 PUNTO DE EQUILIBRIO CONTABLE Y FINANCIERO.....	166
10.15 BALANCE PROYECTADO.....	167
10.16 RATIOS FINANCIEROS.....	168
CAPITULO XI – ASPECTOS CONTABLES.....	170
11.1 CONCEPTOS BASICOS.....	171
11.1.1 DEFINICION DE CONTABILIDAD.....	171
11.1.2 FUNCIONES BASICAS.....	171
11.1.3 PRINCIPIOS BASICOS DE CONTABILIDAD.....	171
11.2 ACTIVO.....	174
11.3 PASIVO.....	174
11.4 PATRIMONIO NETO.....	175
11.5 PLAN DE CUENTAS.....	176
11.6 MANUAL DE CUENTAS.....	181
11.7 BALANCE GENERAL.....	194
11.8 ESTADO DE RESULTADOS.....	197
11.9 VARIACION DEL PATRIMONIO NETO.....	198
CONCLUSION.....	199
BIBLIOGRAFIA.....	201

RESUMEN EJECUTIVO

Se conforma una Sociedad de Responsabilidad Limitada, compuesta por dos personas de nacionalidad paraguaya.

La actividad de MEGA PLÁSTICOS S.R.L. será la comercialización de envases descartables y complementarios para venta de comidas.

La localización de la empresa está prevista en la ciudad de Asunción, en el barrio Ciudad Nueva.

El mercado escogido es el de negocios de la zona del Mercado Municipal Nro. 4, así como el cliente final.

La inversión inicial requerida es de Gs. 456.000.000.

Los recursos propios alcanzan Gs. 360.240.000.

El aporte financiero se solicitará del Banco Visión, con una tasa anual del 36%, que será abonada en cuotas semestrales.

La relación porcentual de la financiación total del proyecto es como sigue:

79% Aporte propio

21% Financiación de terceros

La utilidad al final de los 5 años del proyecto es de Gs. 630.000.000.-