

Ciencias Contables y Administrativas

CYLE Plast S.A.

Alumnas:

Cynthia María Auxiliadora Páez Ojeda

Leticia Elizabeth Ramírez Domínguez

Asunción – Paraguay

2019

INDICE

| | |
|--|-----------|
| Dedicatorias | 7 |
| Agradecimientos | 9 |
| Resumen Ejecutivo | 10 |
| Introducción | 12 |
| Capítulo 1 | 13 |
| Introducción a la idea del proyecto | 13 |
| Requerimientos Jurídicos | 14 |
| Localización..... | 23 |
| Capítulo 2 | 25 |
| Objetivo General y Específicos | 25 |
| Requerimientos | 26 |
| Diseño de investigación y fuente de datos | 27 |
| Desarrollo del Procedimiento de Recolección de Datos | 29 |
| Diseño de la muestra | 34 |
| Definir la población | 34 |
| Identificar el marco muestral | 34 |
| Determinar el tamaño de la muestra | 37 |
| Seleccionar procedimiento de muestreo | 37 |
| Seleccionar la muestra | 38 |
| Recopilación de datos | 39 |
| Procesamiento de datos | 39 |
| Análisis de datos | 39 |
| Presentación de los resultados | 48 |
| Conclusiones/ Informe | 49 |
| Valorización del costo de la investigación | 49 |
| Capítulo 3 | 50 |
| Análisis de la Macro Segmentación | 50 |
| Misión –Visión | 51 |
| Análisis de la micro segmentación | 52 |
| Ciclo de vida de la empresa | 53 |
| Análisis de la demanda | 56 |
| Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter | 59 |
| Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff | 62 |
| Estrategia Genérica de Michael Porter..... | 64 |
| Diferenciación..... | 65 |
| Capítulo 4 | 66 |
| Plan de Marketing..... | 66 |
| Análisis situacional | 67 |
| Matriz de interacción..... | 70 |
| Matriz de FODA | 71 |
| Objetivos | 72 |
| Resumen de inversión | 74 |

| | |
|--|------------|
| Proyecto de ventas de los objetivos ----- | 74 |
| Capítulo 5 ----- | 75 |
| Lineamiento estratégico----- | 75 |
| Visión – Misión ----- | 75 |
| Plan de administración ----- | 75 |
| Análisis FODA ----- | 77 |
| Matriz de Interacción ----- | 78 |
| Objetivos ----- | 79 |
| Estructura organizacional ----- | 82 |
| Organigrama ----- | 85 |
| Layout----- | 85 |
| Manual de Funciones----- | 86 |
| Manual de Procedimientos----- | 103 |
| Flujogramas----- | 110 |
| Recursos Humanos----- | 113 |
| Activos Fijos----- | 117 |
| Estructura de Costos----- | 119 |
| Plan de Cuentas----- | 121 |
| Proceso de Producción----- | 126 |
| Capítulo 6 ----- | 130 |
| Aspecto económico ----- | 130 |
| Capítulo 7 ----- | 134 |
| Cuadros Financieros----- | 136 |
| Conclusión----- | 156 |
| Anexos----- | 158 |
| Bibliografía----- | 170 |
| Índice de Cuadros | |
| Capítulo 1 | |
| 1.1. Gastos por apertura----- | 23 |
| 1.2. Micro localización----- | 24 |
| 1.3. Macro localización----- | 24 |
| Capítulo 2 | |
| 2.1. Valorización del costo de la Investigación de Mercados----- | 50 |
| Capítulo 3 | |
| 3.1. Demanda global----- | 57 |
| 3.2. Mercado Potencial Absoluto----- | 58 |
| 3.3. Cuota de Mercado----- | 58 |
| 3.4. Plan de Ventas----- | 59 |
| 3.5. Proyección de Ventas----- | 59 |
| 3.6. Evaluación de la estrategia de Ansoff----- | 63 |
| Capítulo 4 | |
| 4.1. Matriz de Interacción----- | 71 |
| 4.2. Matriz FODA----- | 71 |
| 4.3. Costos – Objetivo 1----- | 73 |
| 4.4. Costos – Objetivo 2----- | 74 |

| | |
|--|-----------|
| 4.5. Costos – Objetivo 3----- | 75 |
| 4.5. Resumen de Inversión----- | 75 |
| 4.6. Proyección de ventas de los objetivos----- | 75 |
| Capítulo 5 | |
| 5.1. Matriz de Interacción----- | 80 |
| 5.2. Matriz FODA----- | 80 |
| 5.3 Costos – Objetivo 1----- | 81 |
| 5.4. Costos – Objetivo 2----- | 82 |
| 5.5. Costos – Objetivo 3----- | 83 |
| 5.5. Resumen de Inversión----- | 83 |
| 5.6. Flujogramas----- | 113 |
| 5.7. Salarios----- | 118 |
| 5.8. Activos Fijos----- | 118 |
| 5.9. Estructura de Costos----- | 120 |
| 5.10. Plan de Cuentas----- | 121 |
| 5.11. Capacidad Máxima----- | 131 |
| Capítulo 7 | |
| 7.1. Cuadro de inversiones----- | 136 |
| 7.2. Cuadro de cronograma de Inversiones----- | 138 |
| 7.3. Cuadro de Depreciación----- | 139 |
| 7.4. Cuadro de Servicio de la Deuda----- | 140 |
| 7.5. Cuadro de RRHH----- | 142 |
| 7.6. Cuadro de cronograma de producción----- | 143 |
| 7.7. Cuadro de Ingresos ----- | 144 |
| 7.8. Cuadro de Egresos----- | 146 |
| 7.9. Cuadro de punto de equilibrio----- | 147 |
| 7.10. Cuadro de cálculo de Capital de Trabajo----- | 148 |
| 7.11. Cuadro de Estado de Resultado Proyectado con financiamiento----- | 149 |
| 7.12. Cuadro de Estado de Resultado sin financiamiento----- | 150 |
| 7.13. Flujo de Caja Proyectado con financiamiento----- | 151 |
| 7.14. Flujo de Caja Proyectado sin financiamiento----- | 152 |
| 7.15. Origen y Aplicación de fondos con financiamiento----- | 153 |
| 7.16. Origen y Aplicación de fondos sin financiamiento----- | 153 |
| 7.17. Balance Proyectado con Financiamiento----- | 154 |
| 7.18. Balance Proyectado sin Financiamiento----- | 155 |
| 7.19. Ratios Financieros----- | 156 |

RESUMEN

En el capítulo uno del presente proyecto, se desarrolla la formación jurídica de una empresa; los pasos a seguir, los entes a los que se debe acudir, el costo y duración aproximada de los trámites. Así también, se realiza la localización de la empresa utilizando la técnica de factores ponderados, en base a ciertos criterios.

Siguiendo con el proyecto, en el capítulo dos se encuentra la Investigación de Mercados; donde se estableció un objetivo general y objetivos específicos, luego en base a ello se determinan los requerimientos. Una vez obtenido la información necesaria, se desarrolla los 9 pasos de la investigación de mercados.

El tercer capítulo abarca lo referente al lineamiento estratégico. Se traza la misión y visión, también se analiza la micro segmentación, se identifica a los competidores que participan en el ciclo de vida de la empresa, especialmente a los que se encuentran en la etapa de la introducción. Luego se analiza la demanda de acuerdo a los datos obtenidos en el capítulo dos de investigación de mercados, cálculo de la demanda global, mercado potencial absoluto y cuota de mercado.

Seguidamente, en el mismo capítulo, se encuentra el análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter y evaluación de la matriz de Ansoff.

El capítulo cuatro hace referencia al Plan de Marketing, se realiza un análisis situacional (FODA), basándose en ello, se plantean objetivos de ventas los cuales se llevan a cabo de acuerdo a la estrategia, política y regla establecidas. Todos los objetivos son proyectados a 5 años.

El Plan Administrativo se encuentra en el quinto capítulo, en el mismo se desarrolla el lineamiento estratégico de la empresa. Se analiza el FODA para luego trazar objetivos administrativos y proyectar a 5 años. Además, se encuentra el organigrama, el manual de funciones, el manual de procedimientos con sus respectivos flujogramas y el proceso de recursos humanos.

Por otra parte, en el mismo capítulo, se analiza la estructura de costos por producto, se describe el proceso productivo de las maquinarias, donde luego se determina las necesidades de materia prima y también el cálculo de la capacidad máxima.

En el sexto capítulo se menciona el aspecto económico del país, como ser el Producto Interno Bruto (PIB), la balanza comercial, fluctuación del tipo de cambio, inflación, entre otros.

Por último, en el capítulo 7 se desarrolla el plan financiero de la empresa. Se analiza los cuadros de inversiones y su respectivo cronograma, la depreciación de los activos, cálculo de interés de los préstamos de corto y largo plazo, cuadro de RR. HH, ingresos y egresos, punto de equilibrio, cálculo de capital de trabajo, estado de resultado tanto con financiamiento como sin financiamiento, flujo de caja proyectado donde se hallan los valores del VAN y la TIR, balances proyectados y por último las ratios financieras.