

**Licenciatura en Administración de Empresas**

***“ENVAPLAST S.R.L.”***

**Alumno:**

**Liz Paola Larrea Garcete**

**SAN LORENZO – PARAGUAY**

**2021**

# INDICE

Agradecimientos	4
Dedicatoria.	5
Índice de Tablas	17
Introducción	21
Justificación del Trabajo	23
INTRODUCCIÓN AL PROYECTO	24
Introducción a la idea del proyecto	25
Concepto del negocio	25
El producto o servicio a ofrecer.	26
Clientes potenciales	27
CAPITULO I - DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO Y ASPECTOS JURÍDICOS.	28
1. Introducción al Capítulo Jurídico	29
1.2.1 Requerimientos Jurídicos	29
1.2.2 Nombre o razón social	29
1.7.2.3 Tipos de Sociedades	29
1.7.2.4 Elección del Tipo de Sociedad	35
1.7.2.5 Aspectos administrativos y legales relacionados para el proceso de apertura y constitución jurídica - Según el tipo de sociedad a establecer.	36
1.7.2.6 Escritura de Constitución de la Empresa.	36
1.7.2.7 Inscripción en el Registro Público de Comercio	42
1.7.2.8 Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones.	43
1.7.2.9 Matrícula de comerciante.	44
1.7.3 El Registro Administrativo de Personas y Estructuras Jurídicas	45
1.7.3.1 Rubrica de libros contables	47
1.7.3.2 Inscripción en la dirección de apoyo del ministerio de hacienda (R.U.C.)	48
1.7.3.3 Apertura en la municipalidad de Capiatá.	49
1.7.3.4 Instituto de Previsión Social (I.P.S.)	49
1.7.3.5 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS).	50
1.7.3.6 El Registro Administrativo de Beneficiarios Finales	51
1.7.3.7 Dirección de Propiedad Intelectual (registro de marcas)	52
1.8. Costo Total de Registro de Empresa.	54
CAPITULO II INVESTIGACIÓN DE MERCADO	55
2. Introducción a la Investigación de Mercado	56
2.1 Definición	56
2.2 Proceso de Investigación de Mercado	56
2.2.1 Necesidad de información	58
2.2.2 Especificar los objetivos de la investigación y las necesidades de información.	58
2.2.2.1 Objetivo Cognitivo	59
2.2.2.2 Objetivo Afectivo	59
2.2.2.3 Objetivo Comportamental	60
2.2.2.4 Objetivos que describan a la empresa.	61
2.2.3 Determinar el diseño de la investigación	62
2.2.3.1 Investigación exploratoria tipo cualitativa no probabilístico	62
2.2.3.2 Investigación concluyente.	64
2.2.4 Procedimiento de elaboración del instrumento de recolección	66
2.2.4.1 Cuestionario estructurado	66
2.2.5 Diseño de la muestra.	77
2.2.5.1 Definir la población (Paso 1)	77
2.2.5.2 Identificar el Marco Muestral (Paso 2)	78
2.2.5.3 Determinar el tamaño de la muestra (Paso3)	86
2.2.5.4 Seleccionar un procesamiento de muestreo (Paso 4)	87
2.2.5.4.1 Procedimiento probabilístico	87
2.2.5.4.2 Procedimiento no probabilístico	88

2.2.5.5	Seleccionar la muestra (Paso5)	90
2.2.6	Recolección de datos	93
2.2.7	Procesamiento de datos	93
2.2.7.1	Análisis de Resultados	98
2.2.9	Resultados de la Investigación de Mercado.	115
2.2.9.1	Conclusiones y Recomendaciones	116
2.2.10	Valorización del costo de la Investigación de Mercado	116
<b>CAPITULO III LINEAMIENTO ESTRATÉGICO</b>		117
3.	Introducción al lineamiento estratégico	118
3.1	Análisis de la Macrosegmentación	118
3.1.1	Macrosegmentación de ENVAPLAST S.R.L.	119
3.2	Microsegmentacion	119
3.2.1	Microsegmentacion de ENVAPLAST S.R.L.	120
3.2.2	Ciclo de vida del Producto	120
3.2.3	Ciclo de vida del producto o servicio de ENVAPLAST S.R.L y descripción de los competidores	121
3.3	Análisis de la Demanda.	122
3.3.1	Demanda Global	122
3.3.2	Cálculo de la Demanda Global	123
3.3.3	Mercado Potencial Absoluto	125
3.3.4	Cuota de Mercado	126
3.3.5	Demanda de la empresa como objetivo de ventas para el primer año del proyecto	128
3.3.5.1	Proyección de ventas para los próximos 5 años	131
3.3.5.2	Cuadro de Presupuestos de Ventas mes x mes del 1er año	131
3.4.	Análisis de la 5 fuerza competitiva de M. Porter.	132
3.4.1	Cuadro de análisis de M. Porter.	134
3.4.2	Cuadro de las 5 fuerzas competitivas y conclusión del análisis	139
3.5	Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.	139
3.5.1	Estrategias de Ansoff.	140
3.6	Posicionamiento cualitativo del Proyecto ENVAPLAST S.R.L	142
<b>CAPITULO IV PLAN DE MARKETING</b>		143
4.	Plan de Marketing	144
4.1	Análisis situacional (FODA)	144
4.1.1	Análisis FODA en base a las 7p's de Marketing Mix	146
4.1.2	Listado Plano FODA	165
4.1.3	Cuadro de interacción FODA	168
4.1.4	Matriz FODA	170
4.1.5	Objetivos de Marketing	172
4.2	Identidad Corporativa.	187
4.2.1	Logotipo	188
4.2.2	Manual de la marca corporativa.	189
4.2.3	Presupuesto de la Identidad Corporativa.	199
<b>CAPITULO V PLAN ADMINISTRATIVO</b>		200
5.	Plan de Administración	201
5.1	Análisis situacional FODA	202
5.1.2	Descripción del producto	202
5.1.3	Listado Plano	207
5.1.4	Matriz de Interacción	209
5.1.5	Matriz FODA	211
5.1.6	Objetivos de Administración	212
5.1.7	Cuadro de gastos totales por objetivo	218
5.2	Misión	219
5.2.1	Visión	219
5.2.2	Valores	219

5.3	Localización	220
5.3.1	Macro localización	220
5.3.2	Micro localización	221
5.3.3	Análisis de localización por método de factores ponderados	221
5.3.4	Localización por factores ponderados de ENVAPLAST S.R.L	222
5.4	Organigrama.	224
5.4.1	Tipos de Estructuras Organizacionales	224
5.4.2	Mecanismos de Adaptación y Control según Henry Mintzberg	226
5.4.3	El tipo de estructura u organigrama de la empresa.	227
5.4.4	Organigrama ENVAPLAST S.R.L	228
5.4.5	Estructura Funcional de Henry Mintzberg	229
5.4.6	Representación gráfica de la estructura de Mintzberg en ENVAPLAST S.R.L	232
5.4.7	Estructura Organizacional	237
5.5	Manual de Funciones	238
5.5.1	Manual de Procedimientos	248
5.5.2	Fluxogramas	250
5.6	Recursos Humanos	252
5.6.1	Mano de obra.	252
5.6.2	Mano de obra directa e indirecta.	253
5.6.3	Cuadro de Mano de Obra.	254
5.6.4	Proceso de reclutamiento del personal	255
5.6.5	Reglas y Normas internas de ENVAPLAST S.R.L	256
5.7	Layout	258
5.7.1	Áreas de la empresa en el espacio físico del edificio	259
5.8	Adquisición de Activos Fijos	260
5.8.1	Cuadro de costos totales de activos fijos	264
5.9	Matriz de Adyacencia.	265
5.9.1	Matriz de adyacencia ideal	266
5.10	Arrendamiento del local	268
5.10.1	Seguros del Local	268
5.10.2	Infraestructura	268
5.10.3	Remodelaciones	269
5.11	Manual de Cuentas	270
5.11.1	Manual de Cuentas ENVAPLAST S.R.L	271
5.11.1	Plan de Cuentas	311
5.12	Margen de Contribución de cada Producto	318
5.12.1	Resumen Margen de Contribución	322
5.13	Ilustración de los productos ofrecidos	323
5.14	Responsabilidad Empresarial	343
5.14.1	Aspectos Éticos de Sustentabilidad del Proyecto	345
5.14.2	Plan de Expansión	346
5.14.3	Barreras de Salida.	346
5.15	Plazos Fiscales	347
5.15.1	Cronograma de pago impositivo	347
5.15.2	Obligaciones municipales y laborales	348
5.16.	Ley de Bolsas de plástico	348
	<b>CAPITULO VI ASPECTOS ECONÓMICOS.</b>	<b>350</b>
6.	Aspectos Económicos	351
6.1	Producto interno Bruto (PIB)	351
6.2	Balanza comercial (importación/exportaciones)	352
6.3	Fluctuación del tipo de cambio	356
6.4	Comportamiento de la reserva monetaria.	357
6.5	Superávit o déficit Fiscal	358
6.6	Inflación	359
6.6.1	Evaluación de la Inflación	360

6.7	Tasa de Desempleo	361
6.7.1	Evaluación de la Tasa de Desempleo	362
CAPITULO VII CUADROS FINANCIEROS.		363
7.	Plan Financiero	364
7.1	Cuadro de Inversiones	365
7.2	Cronograma de Inversión y Financiamiento	368
7.3	Depreciación y Amortización	369
7.4	Servicio de deuda	370
7.5	Mano de Obra.	371
7.6	Cronograma de Producción y Ventas	372
7.7	Ingreso por Ventas	374
7.8	Costo Totales	381
7.9	Punto de Equilibrio	382
7.10	Capital de Trabajo	383
7.11	Estados de Resultado con Financiamiento	384
7.12	Estados de Resultado sin Financiamiento	385
7.13	Flujo de Caja proyectados con Financiamiento	386
7.14	Flujo de Caja proyectados sin Financiamiento	387
7.15	Origen de Aplicación de Fondos con Financiamiento	388
7.16	Origen de Aplicación de Fondos sin Financiamiento	389
7.17	Balance Proyectado con Financiamiento	390
7.18	Balance Proyectado con Financiamiento	391
7.19	Indicadores Financieros	392
Conclusión		394
Bibliografía.		395
Anexo		396
A1 Patente Comercial		396
A2 Matricula del Comerciante.		397
A3 Formulario de Rubrica de Libros		398
A4 Solicitud de Inscripción al Ruc.		399
A5 Formulario de Registro de Marca.		400
A6 Formulario de Inscripción Patronal IPS		401
A7 Declaración Jurada de Movimiento del Empleado		402
A8 Formulario de Acceso al Sistema REI.		403
A9 Diseño de Investigación Exploratoria por grupo Foco		404

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto ENVAPLAST S.R.L, empresa que se dedicará a la compra-venta de envases desechables y utensilios de plástico, ubicado en la ciudad de Capiatá Ruta 1 del barrio Santísima Cruz, el tema del proyecto fue seleccionado debido al conocimiento del tipo negocio que facilita desarrollar el proyecto. El segmento tiene actualmente, una gran demanda sobre todo por el aumento considerable de locales gastronómico a nivel país por lo que resulta atractivo ingresar al mercado.

El proyecto ENVAPLAST S.R.L, tiene como objetivo y aporte principal, demostrar la viabilidad del proyecto, en base al plan de negocios establecido por la Universidad Columbia del Paraguay, que consta de V capítulos. A continuación, un resumen de los capítulos, y en qué consisten cada uno de ellos.

El **Capítulo Jurídico**, establece las leyes que intervienen al momento de la apertura de una nueva empresa. En el caso del presente proyecto, el tipo de sociedad que se establecerá es la S.R.L, en base a eso son desarrollados todos los requisitos necesarios para establecer la sociedad.

La **Investigación de Mercado**, permite al proyecto evaluar a los potenciales cliente o al segmento mismo de la compra-venta de envases desechables, a fin de conocer mejor las necesidades requeridas por el cliente y para satisfacerlas. Además de evaluar como ingresar al mercado y dar a conocer a la empresa ENVAPLAST S.R.L.

El **Plan de Marketing**, permite al proyecto fijar objetivos a corto plazo que a través de sus estrategias correspondientes, permitirán a la empresa ingresar y darla a conocer dentro del segmento, de la compra-venta de envases desechables y utensilios de plástico, además desplazar a la competencia para obtener mayor cuota de mercado.

El **Plan Administrativo**, es importante destacar ya que permite al proyecto estructurar la empresa en todas sus facetas, a fin de establecer específicamente todas las áreas o departamentos, las funciones específicas de cada colaborador y la fijación de objetivos que puedan mejorar el funcionamiento de la organización.

El **Capítulo Económico**, permite al proyecto evaluar cuál es el presente económico general del país, esto es importante ya que antes de realizar cualquier inversión de apertura de un nuevo negocio, se debe analizar a profundidad cómo se comportan o responden los distintos mercados, el tipo de cambio específicamente el dólar, que influye bastante en la economía del país como otros aspectos a ser evaluados.

El **Capítulo Financiero**, donde se evalúa al proyecto, en base a los cuadros financieros para conocer en términos económicos y financieros, cual será el comportamiento del proyecto y por ende su viabilidad.

También se establece un apartado, de responsabilidad social de la empresa para la sociedad o comunidad en la que se encuentra operando.

Por último, se presentan las conclusiones generales de todo el plan de negocio, donde se determina finalmente si será o no viable llevar a cabo el proyecto.