

Ciencias Contables y Administrativas

**Confitería ÑA Mirian S.R.L.
Dulce Sabor**

Dahiana Gisselle Argüello Fernández

**Asunción - Paraguay
2019**

INDICE

INTRODUCCIÓN 2

RESUMEN EJECUTIVO 3-4

CAPÍTULO 1 CONCEPTO DEL NEGOCIO 5

1.1 Descripción de la empresa 6

1.2 Visión 6

1.3 Misión 6

1.4 Valores de la empresa 7

1.5 Objetivos Generales 8

1.6. Objetivos Específicos 8

1.7 Localización

1.7.1 Macrolocalización 8

1.7.2 Microlocalización 9

1.7.3. Métodos de Factores Ponderados 9

1.8. Ventaja Competitiva 10

CAPÍTULO 2 ASPECTOS JURÍDICOS 11

2.1 Proceso de Apertura del Negocio 12-22

2.2 Leyes que afectan el Proyecto

2.2.1 Constitución Nacional 22

2.2.2 Ley 1183/85 Código Civil 23

2.2.3 Ley 213/93 Código Laboral. 23

2.2.4 Ley 1034/83 del Comerciante 24

2.2.5 Ley 1352 /88 Ministerio de Hacienda 24

2.2.6 Ley N° 222 | Ley Orgánica Municipal 24-25

2.2.7 Ley 125/91 26

2.2.7.1 Ley N° 2421/04 Régimen Impositivo (IVA) 26-27

2.2.8 Ley 284/7 Tasas Judiciales 28

2.2.9. Ley 1294/98 De Marcas 28

2.2.10. Normativas Legales del Sector Ambiental 29

2.3 Plan Fiscal 30

2.4 Presupuesto Jurídico Inicial 30-33

CAPÍTULO 3 ASPECTOS ECONÓMICOS 34

3.1 Macroeconomía

3.1.1 Tasa de desempleo 35

3.1.2 Producto Interno Bruto 36

3.1.3 Variación del dólar 37

3.1.4 Tasa de Inflación 37-38

3.1.5 Variación del salario mínimo 38

3.2 Microeconomía

3.2.1 Elasticidad de la Oferta 39

3.2.2 Elasticidad de la Demanda 40-41

CAPÍTULO 4 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS 42

4.1 Estructura Administrativa 43

4.2 Organigrama según Henry Minzbert 44

4.3 Configuraciones estructurales según Henry Mintzberg	45
4.4 Estrategias de Recursos Humanos	46
4.4.1 Proceso de reclutamiento del personal	46
4.4.2 Diseño de Puestos-Perfiles de los Puestos.	46
4.4.3 Proceso de Selección:	47-48
4.4.4 Proceso de Inducción	48
4.5 Manual de Organizaciones y Funciones	
4.5.1 Manual de funciones	49
4.5.2 Manual de procedimiento	50
4.5.3 Flujograma	51-52
4.6 Layout	54-55
CAPÍTULO 5 ANÁLISIS DE MERCADO	56
5.1 Investigación de Mercado	57
5.1.1 Definición del problema u oportunidad	57
5.2 Objetivos de la Investigación	57
5.3 Diseño de la Investigación	57
5.3.1 Investigación descriptiva	57
5.3.2 Recolección de datos	57
5.3.3 Plan Muestral	58
5.3.4 Encuesta	58-66
5.4 Resultado de la Investigación	67
5.5 Principales Competidores	67
5.6 Análisis de la estructura competitiva del sector (Michael Porter)	
5.6.1 Competencia Potencial.	68
5.6.2 Competencia Actual, Rivalidad entre empresas	69
5.6.3 Poder de los Proveedores.	69
5.6.4 Poder de Clientes.	70
5.6.5 Productos Sustitutos.	70
5.6.5. Resumen.	70
CAPÍTULO 6 PLAN DE MARKETING	71
6.1 Análisis FODA	72-73
6.2 Marketing Estratégico	74
6.2.1 Estrategias según Igor Ansoff	74
6.2.2 Estrategias según Michael Porter	75
6.2.3 Marketing Operativo	76-78
CAPÍTULO 7 ASPECTOS OPERACIONALES	79
7.1 Aspectos Operacionales	80
7.2 Organigrama del Sector Productivo	80
7.3 Proceso de Producción	81-82
7.4 Principales Proveedores	83
CAPÍTULO 8 RESPONSABILIDAD SOCIAL	84
8.1 Responsabilidad Social	85-86
8.2 Impacto Ambiental	87
8.3 Impacto Socio Económico	88
8.4 Impacto Cultural	88

8.5 Aspectos Éticos	89
CAPÍTULO 9 PLAN DE EXPANSIÓN	90
9.1 Plan de Expansión	91
9.1.1 Diversificación de la producción:	91
9.1.2 Riesgos internos de expansión.	91
9.1.3 Riesgos externos de expansión.	92
CAPÍTULO 10 ASPECTOS FINANCIEROS	93
10.1 Inversión y Financiamiento	94
10.2 Cronograma de Inversión y Financiamiento	95
10.3 Servicio de Deuda	96
10.4 Proyección de Ventas	97
10.5 Capital de Trabajo Bruto y Neto	98-100
10.6 Proyección de Costos y Gastos	101
10.7 Costos del Proyecto	102
10.8 Mano de Obra y Cargas Sociales	103
10.9 Estados de Resultados	104
10.10 Flujo de Caja Proyectado	105
10.11 Evaluación con Financiación	106
10.11.1 Recuperación de Capital	106-107
10.12 Evaluación sin Financiación	107
10.12.1 Recuperación de Capital	108
10.13 Tasa de corte	108-109
10.14 Prima de Riesgo	110
10.15 Depreciaciones y Amortizaciones	111
10.16 Fuentes y Usos de Fondos	112
10.17 Punto de equilibrio	113
10.18 Balance Proyectado	114
CAPÍTULO 11 ASPECTOS CONTABLES	115
11.1 Plan de Cuentas	116-118
11.2 Manual de Cuentas	119-126
CONCLUSIÓN	127
BIBLIOGRAFÍA	128

RESUMEN

El proyecto ÑA MIRIAN S.R.L ha sido elaborado como un estudio de proyecto para la instalación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos dulces tales como tortas, postres, facturas y masas finas.

Situada en la calle 25 de Diciembre N°111 Barrio las Mercedes- Areguá, Dpto. Central de la República Del Paraguay.

Creada con vistas a contribuir con fuentes de empleo, generar desarrollo comercial, económico y social, privilegio óptimo para todos los miembros que la conforman y con el eficiente anhelo de difundir un ejemplo de espíritu empresarial.

Estudiando el mercado en general los resultados obtenidos nos servirán para tener un conocimiento cabal de los diferentes ámbitos en los cuales este inmerso una empresa de este tipo, desde la idea del proyecto, la legalización del negocio, los tributos, los recursos humanos, la logística, la situación del mercado y el posicionamiento del producto.

El tipo de organigrama a ser utilizado es de una estructura simple donde las decisiones que se adopte serán por los propietarios y los mecanismos de adaptación y control será por supervisión directa.

La estrategia competitiva a ser implementada por nuestra empresa será la de Liderazgo en Costes ya que estará dirigido a todo tipo de cliente, la materia prima será adquirida del proveedor al por mayor logrando así la reducción de los costos de producción para así ofrecer productos de buena calidad a precios accesibles en el mercado.

La inversión inicial que requiere el proyecto es de 661.829 Gs. De los cuales 77% este compuesto por capital de los socios y el restante 23% consiste en un préstamo del Banco a 5 años de plazo en una tasa de interés de 15% anual. El objetivo de la empresa a corto plazo planea lograr una rentabilidad promedio del 20% anual con relación al capital invertido. En lo que respecta al objetivo a largo plazo se propone ser una empresa líder en el ámbito de confitería en el mercado nacional.

En lo que refiere a la inversión que requerirá este proyecto en base a análisis de los resultados obtenidos por el flujo de caja la misma nos detalla que la inversión inicial la estaríamos recuperando en 2 años 6 meses y 08 del ejercicio además podemos resaltar que nuestra utilidad nos brinda resultados positivos que permiten que la empresa pueda crecer año tras año.

Observando los medidores VAN y TIR, aparece que con financiación la TIR es del 47 %, superior al 43% del proyecto sin financiación, por efecto palanca financiera, es decir gracias al uso del pasivo, el inversionista tuvo que invertir G.497.045.000.- cuando que sin financiamiento por G.647.499.000.-, o sea, con una inversión menor, la tasa de rendimiento del capital propio fue mayor (de 43 a 47%), con lo cual se recomienda la implementación del proyecto con financiación.

Además, para una toma de decisión, la TIR con financiamiento del 47% es superior a la Tasa de Corte del 16%, como también el VAN arroja valor positivo de G. 759.275.000.-