

Administración de Empresas

**Estudio Contable
“Park & Asociados S.R.L.”**

Darío Park Leguizamón

**Asunción- Paraguay
2021**

ÍNDICE

Agradecimiento.....	2
Dedicatoria.....	3
Índice	4
Introducción.	9
Resumen Ejecutivo.	10
CAPITULO I – CONCEPTO DEL NEGOCIO	12
1.1. Descripción de la empresa.....	13
1.1.1. Razones de la elección del tema.....	13
1.1.2. Misión.....	14
1.1.3. Visión.	14
1.1.4. Valores.	14
1.1.5. Objetivo General.	15
1.1.5.1. Importancia de los objetivos.	15
1.1.4.5. Objetivos Específicos.....	15
1.1.4.6. Localización.....	16
1.1.4.6.1. Macro localización.	16
1.1.4.6.2. Micro localización.....	17
1.1.4.7. Factores ponderados para la localización. ⁶	18
1.2. Ventaja competitiva.....	19
CAPITULO II - ASPECTOS JURIDICOS.....	20
2. Aspectos Jurídicos.....	21
Trámites para la habilitación de una empresa en Paraguay.	22
Dichas instituciones asociadas a la SUACE son:.....	22
2.1. Inscripción en el Registro Único de Contribuyente.....	22
Requisitos:.....	23
2.2. Patente comercial e industrial, licencia, tasas especiales, patentes de letreros, de rodados, etc.	23
2.3. Inscripción en el Dpto. de Registro de Fiscalización de Sociedades: Ministerio de Hacienda. Abogacía del Tesoro.	24
2.4. Instituto de Previsión Social.....	24
Requisitos:.....	24
2.5. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.	25
2.6.1. Marcas.	25
2.6.2. Dirección de la propiedad intelectual. DINAPI.	26
2.7. Detalle de costos Formalización De Empresas Tasas Por Instituciones Adheridas Al SUACE. (Sistema Unificado de Apertura y Cierre de Empresas).....	26
2.7.3. Ministerio de hacienda (SET)	27
2.7.4. Instituto de previsión social (IPS)	27
2.7.5. Municipalidad de Asunción.....	28
2.7.6. Pago por el Patente comercial conforme a la siguiente tabla y un único pago por la Licencia Municipal:	28
2.8. Leyes que afectan al proyecto.	29

Ley 1034/83 Del Comerciante.	29
Ley 1352/88 Ruc. Ministerio De Hacienda.	30
Ley 881/81 Régimen Tributario Municipal.	30
Ley 1294/98 De Marcas.....	31
2.9. Plan fiscal.	31
2.10. Presupuesto Jurídico inicial.....	32
2.10.1. Gastos de Escribanía.	32
2.10.2. Publicaciones.....	32
2.10.3. Apertura en Municipalidad.....	32
2.10.4. Libros Impositivos y legales.....	32
2.10.5. Inscripción Registro de Marcas.....	33
2.10.6. Confección de documentos.	33
2.10.7. Honorario Profesionales.....	33
CAPITULO III- ASPECTOS ECONOMICOS.....	34
3. Aspectos Económicos.	35
3.1. Macroeconomía.....	35
3.1.1. Tasa de desempleo.	35
3.1.2. Producto Interno Bruto (PIB).	38
3.1.3. Variación del Dólar.	40
3.1.4. Tasa de Inflación.	42
3.1.5. Variación del Salario Mínimo.	44
3.2. Microeconomía.....	45
3.2.1. Elasticidad de la oferta.	45
3.2.2. Elasticidad de la demanda.	45
CAPITULO IV - ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	46
4. Aspectos Administrativos.....	47
4.1. Estructura Organizativa.....	47
4.1.2. Organigrama según Henry Minzberg.	49
4.1.2.1. Configuraciones Estructurales según Henry Mintzberg.....	50
4.2. Estrategia de Recursos Humanos.	51
4.3. Manual de Organización y Funciones.	52
Perfil del puesto.	53
Perfil del puesto.	54
Perfil del puesto.	55
Perfil del puesto.	56
Perfil del puesto.	57
4.4. Manual de procedimientos.	58
4.4.1. Fluxograma.	60
4.5. Layout – Oficina Administrativa.....	61
4.6. Definiciones Básicas de la Contabilidad.....	62
CAPITULO V - ANALISIS DEMERCADO.....	64
5. Análisis de Mercado.....	65
5.1. Investigación de mercado.....	65
5.1.1. Problema u oportunidad de negocio.	65
5.1.2. Objetivos de la Investigación.	66

5.1.3. Diseño de la Investigación.	67
5.1.3.1. Investigación descriptiva.....	67
5.1.4. Métodos de recolección de datos, procesamiento y análisis de datos.	68
5.1.4.1. Muestra.	68
5.1.4.2. Procesamiento de datos.....	70
5.1.4.3. Recolectar datos.	71
5.1.4.4. Análisis de datos.	72
5.1.4.4.1. Resultado de la investigación.	78
5.2. Principales competidores.....	78
5.3. Análisis de la estructura competitiva del sector (Michael Porter).	79
5.3.1. Competencia Potencial.....	80
5.3.2. Competencia Actual. Rivalidad entre empresas.....	81
5.3.3. Poder de los Proveedores	82
5.3.4. Poder de Clientes.....	83
5.3.5. Productos Sustitutos.....	84
CAPITULO VI - PLAN DE MARKETING	85
6. Plan de Marketing.	86
6.1. Matriz FODA.	86
6.2. Marketing Estratégico.	87
6.2.1. Estrategias según Igor Ansoff.	87
6.2.2. Estrategias según Michael Porter.	88
6.3. Marketing Operativo.	89
6.3.1. Producto.	89
6.3.2. Precio.....	89
6.3.3. Plaza.	89
6.3.4. Promoción.	89
6.3.5. Personas.....	89
6.3.6. Procesos.....	90
6.3.7. Presencia (evidencia) física.....	90
CAPITULO VII – ASPECTOS OPERACIONALES	91
7. Aspectos Operacionales.	92
7.1. Organigrama del Sector Productivo.	92
7.2. Proceso de Producción.	93
7.3. Principales Proveedores.	93
CAPITULO VIII – RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	94
8. Responsabilidad Social.....	95
8.1. Impacto Ambiental.....	95
8.2. Impacto Socioeconómico.	96
8.3. Impacto Cultura.....	96
8.4. Aspectos éticos de la Sustentabilidad.....	97
CAPITULO IX- PLAN DE EXPANSIÓN.....	98
9. Plan de Expansión.	99
9.1. Riesgos internos de expansión.	99
9.2. Riesgos externos de expansión.....	100
9.3. Barreras de salida.	100

CAPITULO X- PLANILLA FINANCIERA.....	101
Conclusión	109
Bibliografía	110

RESUMEN

Este proyecto consiste en la implementación de una “EMPRESA DEDICADA A LA CONTABILIDAD”.

Este documento se encuentra organizado en diez capítulos. En el Capítulo I se detallará el concepto del negocio donde se describe a la empresa, las razones de elección del tema, se especifica la misión, visión y los valores de la empresa. También se detalla los objetivos de la empresa.

En el Capítulo II se detalla su forma jurídica y todos los aspectos jurídicos que habrá de tenerse en cuenta para su puesta en marcha. Al final de este capítulo se consigna el presupuesto jurídico inicial para la constitución de la empresa en una Sociedad de Responsabilidad Limitada, así como el plan fiscal a cumplir por *Park & Asociados S.R.L.*

El Capítulo III habla de los aspectos económicos, la macroeconomía y la microeconomía que podrían afectar el proyecto, también se realizan los cálculos de la Elasticidad de la demanda y de la oferta.

Capítulo IV se detallan los aspectos administrativos de la empresa como la estructura organizativa, el organigrama y el Manual de Funciones.

En el Capítulo V se realiza el Análisis de Mercado con una investigación de mercado, se plantea una oportunidad de negocio, se ponen en claro los objetivos de la investigación, además se segmenta el mercado a donde va a estar dirigido para extraer la muestra y realizar las encuestas correspondientes. También se analizan las fuerzas competitivas del sector.

Capítulo VI es el Plan de Marketing en donde se realiza el análisis FODA de la empresa con la matriz, se detallan las estrategias competitivas de Ansoff y Porter, además del Marketing Operativo que es el marketing mix de las 4 ps.

En el Capítulo VII se detallan los aspectos operacionales de la empresa como el proceso de producción y los principales proveedores. El Capítulo VIII habla de la Responsabilidad Social y las acciones que la empresa llevara a cabo.

El Capítulo IX trata del plan de expansión de la empresa, las acciones que llevara a cabo para expandir y los riesgos que acarrea dicho proceso.

El Capítulo X trata del Análisis Financiero de la empresa donde se verá la viabilidad de llevar a cabo el proyecto.