

Ingeniería Comercial

“Hielo City S.R.L”

Alumnas:

Fátima Yanet Bogado Genez

Gabriela Gómez González

SAN LORENZO – PARAGUAY

2020

ÍNDICE

Agradecimientos y Dedicatoria	6
Agradecimientos y Dedicatoria.	7
Índice	8
Introducción.....	18
Justificación del proyecto	20
CAPÍTULO I.....	22
1.1. Introducción	23
1.2 Apertura de la Empresa.....	24
1.2.1. Escritura de Constitución	24
1.2.2 Depósito de Garantía.....	25
1.2.3 Registro Público de Comercio	25
1.2.4 Matrícula de comerciante.....	26
1.2.5. Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (R.U.C.).	26
1.2.6. Rúbrica de Libros Contables.....	27
1.2.7. Instituto de Previsión Social (I.P.S.).....	27
1.2.8 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social	28
1.2.9 Apertura en la Municipalidad Involucrada	28
1.2.10 Patente Comercial	28
1.2.11 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.....	29
1.2.12. Dirección de Propiedad Intelectual (Registro de Marcas).....	29
1.2.13 Instituto Nacional de Alimentación y Nutrición. INAN.....	30
1.2.13.1 Registro de Establecimiento	30
1.2.14 Registro Sanitario de Productos Alimenticios – RSPA	30
1.2.15. Licencia Ambiental.....	31
1.2.15.1 Evaluación de impacto ambiental	31
1.3. Presupuesto Jurídico Inicial.....	33
CAPÍTULO II.....	35
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	35
2.1 Introducción	36
2.2 Objetivo General.....	36
2.3 Objetivos y Requerimientos de la Investigación.....	36
2.4 Diseño de Investigación	38
2.4.1 Investigación concluyente.....	38
2.4.2 Investigación exploratoria.....	39
2.5 Recolección de Datos.....	40
2.6 Diseño de la Muestra.....	50
2.6.1 Definir la Población	50
2.6.2 Marco Muestral.....	50
2.6.3 Cálculos para sacar marco muestral:.....	63
2.6.4 Tamaño de la muestra.....	64
2.6.5 Procedimiento de muestreo.....	64
2.6.6 Procedimiento de muestreo No Probabilístico: por conveniencia	64
2.6.7. Selección de la muestra.....	65
2.7 Codificación y tabulación	65

2.8	Procesamiento y análisis de Datos.....	68
2.8.1	Estadísticas.....	69
2.9	Conclusiones.....	86
2.10	Presupuesto	87
CAPITULO III.....		88
PLAN DE MARKETING.....		88
3.1	Introducción al Plan de Marketing.....	89
3.2	Análisis de la Macro segmentación	89
3.2.1	Hielo City S.R.L. - Industria.....	89
3.2.2	Hielo City S.R.L. – Mercado	90
3.3.4	Hielo City S.R.L. – Mercado- Producto	90
3.3	Análisis de la Micro segmentación	92
3.3.1	Mercado objetivo	93
3.3.2.	Variables geográficas	93
3.4	Análisis de la demanda.	94
3.4.1	Cálculo de la inversión total	94
3.4.2.	Cálculo de la inversión promedio	96
3.4.3.	Cálculo de la Demanda Global.	96
3.4.4.	Cálculo de Mercado Potencial Absoluto.....	97
3.4.5.	Cuota demercado	97
3.4.6.	Proyección de Ventas del 1er al 5to año	98
3.4.6.1	Proyección de ventas distribuidas por porcentaje de participación por productos.....	99
3.4.7.	Demanda de demanda Global, MPA y Proyección de ventas de la empresa graficado	100
3.5	Ciclo de vida.	100
3.5.1	Etapas del ciclo de vida del producto	102
3.5.2	Gráfico del ciclo de vida	103
3.6	Análisis SituacionalFODA.....	104
3.6.1	Evaluación de las 7 P.	105
3.6.1.2	Análisis externo	115
3.6.3	Cuadro Plano.....	119
3.6.4	Cuadro de interacciones.....	121
3.6.5	Matriz FODA.....	125
3.7	Objetivos de Marketing.....	126
3.7.1	Plan de acción	133
3.7.2	Cuadro de inversión del Plan de Marketing del año 1	134
3.7.2	Tablaconresumen de presupuesto consolidad por año.	135
3.8	Identidad Corporativa.	135
3.8.1.	Manual de Identidad Corporativa.	135
3.8.1.1	Isologo.....	136
3.8.1.2	Isologo y sus variantes	137
3.8.1.3	Área De protección. Isologo	137
3.8.1.4	Tipograffas	138
3.8.1.5	Colores Corporativos.....	139
3.8.2.	Aplicaciones de la marca.	140
3.8.8.1	Uniformes	140

3.8.8.2	Regalos Promocionales.....	142
3.8.8.3	Carpetas corporativas.....	143
3.8.8.4	Hojas membretadas.....	144
3.8.8.5	Tarjetas Personales.....	145
3.8.8.6	Firma Digital.....	146
3.8.8.7.	Identificador Personal.....	147
3.8.8.8.	Comprobante de Venta.....	148
3.8.8.9.	Nota de Remisión.....	149
3.8.8.10.	Recibo de Dinero.....	150
3.8.8.11.	Ploteados para Furgonetas.....	151
3.8.8.12.	Banner Corporativo.....	152
CAPÍTULO IV.....		153
4.2	Descripción de los productos a ser elaborados.....	154
4.1	Introducción al plan de producción.....	158
4.3	Tecnología y equipos.....	158
4.4	Proceso productivo.....	172
4.4.1	Tipo de producción.....	173
4.4.2	Descripción del proceso.....	174
4.4.3.	Diagrama de bloque.....	177
4.4.4.-	Procedimiento de elaboración del producto.....	179
4.5	Programa de producción.....	190
4.5.1.	Presupuesto de producción en unidades (para los 5 años).....	190
4.5.2	Programa mensual de producción (para los 5 años).....	191
4.5.3.	Determinación de cantidad de horas hombre.....	222
4.5.4.	Determinación de cantidad de horas máquina.....	226
4.5.5.	Sub- contratación de servicios.....	227
4.6	Tamaño del proyecto.....	228
4.6.1.	Cálculo de la capacidad instalada.....	228
4.6.2.	Análisis de la Capacidad instalada.....	228
4.6.3	Capacidad instalada, capacidad ociosa. Capacidad instalada versus Punto de Equilibrio.....	228
4.7	Materia prima e insumos a ser utilizados en el área operativa.....	229
4.7.1.	Materia prima.....	229
4.8	Operarios.....	237
4.8.1.	Funciones principales de los operarios.....	237
4.8.2.	Salarios.....	239
4.9	Infraestructura.....	239
4.9.1.	Condiciones del sector productivo.....	241
4.9.2.	Diseño de área operativa y almacenes.....	241
4.10	Localización de la planta.....	242
4.10.1	Macrolocalización.....	242
4.10.2	Microlocalización.....	243
4.11	Costos de producción.....	246
4.11.1.	Costos variables.....	246
4.11.2.	Costos fijos.....	248
4.11.3.	Costos de electricidad.....	248

4.11.4.	Márgenes de contribución.....	250
4.11.5.	Presupuesto de costos de producción (años 1 al 5).....	252
CAPÍTULO V.		254
5.1.	Introducción	255
5.2.	Lineamiento estratégico	255
5.2.1.	Misión	255
5.2.2.	Visión.....	256
5.2.3.	Valores.	256
5.3	Análisis de la estrategia competitiva.....	256
5.3.1	Análisis y valorización de las 5 Fuerzas de Porter.....	258
5.3.2.	Conclusión del atractivo de la industria.	263
5.4	Estrategias de crecimiento y Matriz Ansoff.....	264
5.4.1.	Matriz Ansoff. (Gráfico).....	266
5.4.2.	Estrategia seleccionada.	266
5.5	Análisis Situacional FODA ADMINISTRATIVO.....	267
5.5.1.	Variables Controlables.	268
5.6.2.	Variables No Controlables	276
5.5.2.1	Proveedores	277
5.5.3.	Listado Plano	287
5.5.4.	Cuadro de interacciones.....	289
5.5.5.	Matriz FODA de administración	291
5.6	Objetivos de Administración	292
5.6.1	Plan de acción de Administración.....	300
5.6.2.	Tabla con resumen de presupuesto consolidad año 1	301
5.6.3	Tabla con resumen de presupuesto consolidad por año.	302
5.7	Estructura Organizacional.....	302
5.7.1	Organigrama de la empresa.....	303
5.7.2	Representación gráfica según Mintzberg.....	304
5.7.3	Clasificación de la estructura organizacional.....	309
5.8	Manual de Funciones.	311
5.8.1.	Gerente General	311
5.8.2.	Jefe de Producción	313
5.8.3.	Jefe de Comercial.....	315
5.8.4.	Jefe de Administración y Finanzas	317
5.8.5.	Encargado de Marketing	319
5.8.6.	Vendedores	321
5.8.7.	Secretaria.....	323
5.8.8.	Chofer Distribuidor	325
5.8.9.	Encargado de control de Calidad	327
5.8.10.	Auxiliar Administrativo	329
5.8.11.	Contador.....	331
5.8.12.	Tesorero	333
5.9	Manual de Procedimientos.....	334
5.9.1	Fabricación de hielo en tubito.....	335
5.9.2	Fabricación de hielo en Bloques	337
5.9.3	Pago de Salario	339

5.9.4	Compras y Recepción de mercaderías	341
5.9.5	Pago a Proveedores	343
5.10	Fluxogramas.....	345
5.10.1	Fluxograma de Producción de Hielo en Tubito	345
5.10.2	Fluxograma de Producción de Hielo en Bloques.....	346
5.10.3	Fluxograma de Pago de Salario	347
5.10.4	Fluxograma de Procedimiento de Compras y Recepción de Mercaderías....	348
5.10.5	Fluxograma de Procedimiento de Pago a Proveedores.....	349
5.11	Talento Humano.....	350
5.11.1	Cuadro de Colaboradores.....	350
Tabla N° 173. Cuadro de Colaboradores.....		350
5.11.2.	Proceso de Reclutamiento	351
5.11.3	Reglamentos y normas internas.....	352
5.12	Layout.	354
5.12.1	Layout de las instalaciones.	354
5.13	Manual de Cuentas.....	358
5.14.	Impuesto que rigen al rubro.....	377
5.15.	Adquisición del activo.....	381
CAPÍTULO VI.....		382
6.1	Introducción al análisis económico.....	383
6.2	Inflación	383
6.3	Fluctuación del Tipo de Cambio.....	385
6.4	Producto Interno Bruto	388
6.5	Balanza Comercial.	389
6.6	Superávit o Déficit Fiscal.....	390
6.7	Salario Mínimo	393
6.8	Tasa de Desempleo	395
6.9	Conclusión	397
CAPÍTULO VII.....		398
PLAN FINANCIERO.		398
7.1	Introducción al Plan Financiero	399
7.2	Información relevante del Plan Financiero	399
7.2.1	Inversiones.	399
7.2.3	Cronograma de inversión.....	400
7.2.4	Depreciaciones y amortizaciones.....	400
7.2.5	Servicio de la Deuda.	401
7.2.6	Mano de Obra.	402
7.2.7	Cronograma de Producción y Ventas.	402
7.2.8	Ingresos por Ventas.....	402
7.2.9	Plan de Producción	402
7.2.10	Costos totales.	403
7.2.11	Costos de Producción.....	403
7.2.12	Costos Variables.	403
7.2.13	Costos Fijos.....	404
7.2.14	Margen de contribución	405
7.2.15	Punto de Equilibrio	405

7.2.16	Capital de Trabajo	406
7.2.17	Estado de Resultados.	406
7.2.18	Flujo de Caja Proyectado	407
7.2.19	Valor Actual Neto (VAN).....	407
7.2.20	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	407
7.2.21	Tasa de Descuento (TD).	408
7.2.22	Tasa de Riesgo	408
7.2.23	Balance Proyectado.....	408
7.2.24	Ratios Financieros.....	409
7.2.25	Ratios de Liquidez.	409
7.2.26	Ratios de Solvencia.....	410
7.2.27	Ratios de Gestión	410
7.2.28	Ratios de Rentabilidad	411
7.3	Cuadros Financieros.....	412
7.3.1	Inversiones.	412
7.3.2	Cronograma de inversión	414
7.3.3	Depreciaciones y amortizaciones.....	416
7.3.4	Servicio de la Deuda.	418
7.3.4	Mano de Obra.	420
7.3.5	Cronograma de Producción y Ventas.	421
7.3.6	Ingresos por Ventas.....	422
7.3.7	Plan de Producción	423
7.3.8	Costos totales.	424
7.3.9	Punto de equilibrio.....	425
7.3.10	Capital de Trabajo.....	426
7.3.11	Estado de Resultados.	428
7.3.11	Flujo de Caja Proyectado.....	430
7.3.13	Balance Proyectado.....	432
7.3.14	Ratios Financieros.....	434
7.4	Conclusiones del Capítulo Financiero	435
	Bibliografía.....	437
	Anexo	439

INTRODUCCIÓN

La producción del hielo representa una buena oportunidad de inversión dada la abundante disponibilidad de recursos hídricos en el Paraguay. El agua potable es hoy día un recurso cada más escaso y en este contexto según datos del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADES), “El Paraguay se haya ubicado en la cuenta del río de la Plata y se caracterice por una densa red hídrica”. Los ríos Paraguay y Paraná representan el 84% del total de la cuenca de la Plata. El país posee abundancia de agua superficial y subterránea, generalmente de buena calidad. La disponibilidad de agua en el Paraguay es superior a la disponibilidad media de los demás continentes y ocupa el tercer lugar en Latinoamérica. Los mencionado sienta la base para considerar lo como un sector de alto potencial en el momento de invertir, de manera a satisfacer el mercado nacional.

En el capítulo I “ASPECTOS JURIDÍCOS”, se analiza todos los procesos legales de la apertura de una empresa S.R.L., además de los trámites de las distintas instituciones por las cuales una empresa fabricante de hielo debe contar.

En el capítulo II “INVESTIGACIÓN DE MERCADO”, se verifica la posibilidad real de penetración del producto en el mercado, determinando los riesgos de su ubicación y su posible éxito.

En el capítulo III “PLAN DE MARKETING”, contiene el análisis FODA enfocado al mercado, y a su potencial demanda del segmento, con el que se prevé visualizar estrategias de proyección.

En el capítulo IV “PROGRAMA DE PRODUCCIÓN”, se ubican todos los procesos productivos por las cuales debe pasar el producto para convertirse en hielo, abarcando todas las maquinarias y equipos necesarios para su fabricación, el análisis de la capacidad instalada y su margen de contribución.

En el capítulo V “ADMINISTRACIÓN”, se definen los aspectos organizacionales y estructurales de la empresa, así como el lineamiento del análisis FODA administrativo, con el que se proyecta un plan de acción pertinente al proyecto.

En el capítulo VI “ECONÓMICO”, se agrupan todos los conceptos tanto macroeconómicos y microeconómicos del país, valorados en datos actuales.

En el capítulo VII “PLAN FINANCIERO”, se establecen las definiciones importantes de los distintos puntos económicos, finalizando con los cuadros financieros que proponen una óptima conclusión del proyecto y su viabilidad para desempeñarse dentro del mercado.