

Ingeniería Comercial

“MOMBYRY S.R.L.”

Lennys Vanessa Ruiz Díaz

Asunción – Paraguay

2016

ÍNDICE

INTRODUCCION.....	12
1 IDEA DEL NEGOCIO.....	14
1.1 INTRODUCCIÓN A LA IDEA DEL PROYECTO	14
1.1.1 <i>Objetivos.....</i>	14
1.1.1.1 Objetivo General	14
1.1.1.2 Objetivos Específicos.....	14
1.1.2 <i>Productos.....</i>	15
1.1.2.1 Mallas.....	15
1.1.2.2 Ahuyentadores Físicos	15
1.1.2.3 Pinches, obstructores elípticos, líneas aceradas y planos inclinados.....	15
1.1.2.4 Cintas Electrificadas.....	15
1.2 REQUERIMIENTOS JURÍDICOS.....	16
1.2.1 <i>Mombyry.....</i>	16
1.2.2 <i>Sociedad de Responsabilidad Limitada.....</i>	16
1.2.3 <i>Constitución Jurídica</i>	16
1.2.4 <i>Presupuesto Jurídico</i>	32
2 ESTUDIO DE MERCADO.....	34
2.1 MARCO TEÓRICO.....	34
2.2 IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	34
2.3 PASOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	35
2.3.1 <i>Necesidad de Información</i>	35
2.3.2 <i>Objetivos de la investigación y necesidades de información.....</i>	36
2.3.2.1 Objetivos cognitivos.....	36
2.3.2.2 Objetivos afectivos.....	36
2.3.2.3 Objetivos comportamentales.....	37
2.3.2.4 Objetivos Descriptivos de las empresas	38
2.3.3 <i>Fuente de Datos y Diseño de la Investigación.....</i>	38
2.3.3.1. Exploratoria	38
2.3.3.1.1 Diseños para una Investigación.....	38
2.3.3.2 Concluyente	39
2.3.3.2.1 Diseño Descriptivo.....	39
2.3.4 <i>Procedimiento para la recolección de datos</i>	40
2.3.5 <i>Diseño de la muestra</i>	48
2.3.5.1 Definición de la Población	49
2.3.5.2 Marco Muestral	49
2.3.5.3 Tamaño de la Muestra	51
2.3.5.4 Selección del Tipo de Muestreo	52
2.3.5.5 Procedimiento de selección de la muestra	52
2.3.6 <i>Recopilación de Datos.....</i>	53
2.3.7 <i>Procesamiento de Datos.....</i>	53
2.3.8 <i>Análisis de Datos.....</i>	54
2.3.9 <i>Presentación de los Resultados</i>	55

2.10 CONCLUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	62
2.11 INVERSIÓN POR EL ESTUDIO DE MERCADO	63
3 SEGMENTACIÓN DE MERCADO	65
3.1 MARCO TEÓRICO.....	65
3.2 ANÁLISIS DE LA MACRO-SEGMENTACIÓN	65
3.2.1 <i>Industria</i>	66
3.2.2 <i>Mercado</i>	66
<i>Declaración de la Visión</i>	66
<i>Declaración de la Misión</i>	66
3.3 ANÁLISIS DE LA MICRO-SEGMENTACIÓN	67
3.3.2. <i>Ciclo de Vida del Producto</i>	68
3.3.1.1 Etapas del Ciclo de Vida del Producto	68
3.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	70
3.4.1 <i>Calculo de la Demanda Global</i>	70
3.4.2. <i>Cálculo del Mercado Potencial Absoluto</i>	70
3.4.3 <i>Grafico de la Demanda de “Mombry S.R.L.”</i>	71
3.4.4 <i>Cuota de mercado</i>	72
3.5 ESTIMACIÓN DE VENTAS.....	72
3.5.1 <i>Cálculo de la Estimación de Venta – 1º Año</i>	72
3.5.2 <i>Pronostico de Ventas del Proyecto</i>	73
3.6 PLAN DE MARKETING.....	75
3.6.1.1 Variables Controlables.....	77
3.6.1.1.1 Producto/Servicio	79
3.6.1.1.2 Precio	79
3.6.1.1.3 Promoción	80
3.6.1.1.4 Plaza - Distribución	80
3.6.1.1.5 Personal	81
3.6.1.1.6 Procesos	82
3.6.1.1.7 Presencia Física	82
3.6.1.2 Variables no Controlables.....	83
3.6.1.2.1 Consumidor	84
3.6.1.2.2 Competencia	84
3.6.1.2.3 Entorno	85
3.6.1.3 Matriz de Interacciones.....	86
3.7 MATRIZ FODA.....	89
3.8 OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING.....	91
3.8.1 <i>Objetivo 1</i>	91
3.8.2 <i>Disposición de Recursos de la empresa a ser empleados</i>	91
3.8.4 <i>Resumen de Costos de Implementación del Plan de Marketing</i>	98
3.9 MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA	99
3.10 RESUMEN DE LA INVERSIÓN	103
4 ADMINISTRACIÓN	105
4.1 LINEAMIENTO ESTRATÉGICO	105
4.1.1 <i>Declaración de la Visión</i>	105
4.1.2 <i>Declaración de la Misión</i>	105

4.1.3 LOCALIZACIÓN.....	106
4.1.3.1 Método de los Factores Ponderados.....	106
4.1.3.1.1 Procedimiento de Factores Ponderados.....	106
4.1.3.2 Macro Localización	108
4.1.3.3 Micro Localización	109
4.1.4- Análisis de la Estructura Competitiva del Sector (Porter)	110
4.1.4.1 Noción de Rivalidad Ampliada	111
4.1.4.2 Las amenazas de los Competidores Potenciales.....	111
4.1.4.3 El Poder de Negociación de los Proveedores	112
4.1.4.4 El Poder de Negociación de los Clientes.....	112
4.1.4.5 La Amenaza de los Productos Sustitutivos.....	113
4.1.4.5 Resumen de atractivo del sector de Mombyry S.R.L.	114
4.1.5 Estrategias Genéricas según Ansoff	115
4.1.5.1 Desarrollo de Mercados	115
4.1.5.2 Diversificación	116
4.1.4.3 Penetración de Mercados.....	116
4.1.5.4 Desarrollar Productos.....	117
4.2 PLAN DE ADMINISTRACIÓN.....	118
4.2.1 Análisis Situacional	118
4.2.1.1 Variables Controlables.....	119
4.2.1.2 Variables No Controlables.....	123
Mini – Maxi (Debilidades y Oportunidades)	129
Mini – Mini (Debilidades y Amenazas)	130
4.2.2 Objetivos, Estrategias y Planes de Acción.....	132
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	141
4.3.1 Organigrama	141
4.3.2 Las Configuraciones Estructurales de las Organizaciones.....	143
4.3.1 Estructura Simple.....	143
4.3.2 La Burocracia Maquinal.....	143
4.3.3 La Burocracia Profesional.....	143
4.3.4 La Forma Divisional	144
4.3.5 La Adhocracia.....	144
4.3.3 Las Partes Funcionales de la Organización.....	145
4.3.3.1 El Ápice Estratégico.....	145
4.3.3.2 La línea Intermedia.....	145
4.3.3.3 La Tecno estructura.....	145
4.3.3.4 El Staff de Apoyo.....	145
4.3.4 Mecanismos de Coordinación	147
4.3.4.1 La Adaptación Mutua.....	148
4.3.4.2 La Supervisión Directa.....	148
4.3.4.3 La Estandarización de los Procesos de Trabajo.....	148
4.3.4.4 La Estandarización de las Habilidades.....	148
4.3.4.5 La Estandarización de los Resultados	148
4.4 MANUAL DE FUNCIONES	149
4.5 MANUAL DE PROCEDIMIENTO	160

4.6 FLUJOGRAMA.....	164
4.7 LAYOUT.....	168
4.8 ESTRUCTURA DE COSTOS	171
4.8.1 Presupuesto de Recursos Humanos.....	171
4.8.2 Cotos.....	172
4.8.2 Activos Fijos.....	173
4.8.3 Gastos de Pre inversión.....	174
4.9 PLAN DE CUENTAS	175
5 ASPECTOS ECONÓMICOS	180
5.1 PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB).....	180
5.2 BALANZA COMERCIAL (IMPORTACIÓN/EXPORTACIONES).....	183
5.3 BALANZA COMERCIAL AÑO 2014	185
5.4 FLUCTUACIÓN DEL TIPO DE CAMBIO	187
5.5 COMPORTAMIENTO DE LA RESERVA MONETARIA	188
5.6 SUPERÁVIT O DÉFICIT FISCAL.....	189
5.7 INFLACIÓN.....	191
5.8 ECONOMÍA NACIONAL 2016.....	192
6 ASPECTOS FINANCIEROS.....	195
6.1 Cuadro de Inversiones y Financiamiento.....	196
6.2 Cronograma de Inversiones y Financiaciones.....	197
6.3 Depreciaciones y Amortizaciones.....	198
6.4 Servicio de Deuda.....	199
6.5 Mano de Obra.....	201
6.6 Cronograma de Ventas.....	203
6.7 Ingresos por Ventas.....	204
6.8 Costos Totales	205
6.9 Punto de Equilibrio	206
6.10 Capital de Trabajo.....	207
6.11 Estados De Resultados Proyectos Con Financiamiento.....	208
6.12 Estados De Resultados Proyectos Sin Financiamiento	209
6.13 Flujos De Caja Proyectos Con Financiamiento.....	210
6.14 Flujos De Caja Proyectos Sin Financiamiento	211
6.15 Origen Y Aplicación De Fondos Con Financiamiento	212
6.16 Origen Y Aplicación De Fondos Sin Financiamiento.....	213
6.17 Balances Proyectados Con Financiamiento.....	214
6.18 Balances Proyectados Sin Financiamiento	215
6.19 Indicadores Financieros.....	216
CONCLUSION.....	217
BIBLIOGRAFÍA.....	230

INTRODUCCION

Muchas veces visitamos sitios históricos, edificios antiguos o simplemente nos ponemos a observar desde algún balcón con buena vista, y nos damos cuenta que toda la cornisa se encuentra infestada de heces de aves, a penas lo vemos y nos da cierta sensación de descuido, eso deja mucho que desear.

Es muy importante conocer que las heces de las aves son portadoras de varias enfermedades para los seres humanos, además muy corrosivas para cualquier tipo de material, hasta el aluminio aeronáutico.

Cabe mencionar que hay varias especies de aves (una de ella es la paloma doméstica) que no anidan ni viven en los árboles es una especie introducida a América naturalmente son de Eurasia y viven en alcantarillados y zonas rocosas por eso aquí viven en edificios y casas.

Normalmente por no querer matar a las aves, hacemos caso omiso a este tipo de infestaciones, sin saber que no siempre hace falta exterminarlas, simplemente podemos ahuyentarlas, a través de varios métodos, en este proyecto estaremos viendo lo métodos más eficaces que Mombyry S.R.L ofrecerá para dejar atrás cualquier tipo de infestación ocasionados por las aves y de esa manera poder conservar los sitios antiguos e históricos libre de heces de aves.

Mombyry S.R.L constituirá su sociedad de la siguiente manera.