

Ingeniería Comercial

“SUBLICREA S.R.L.”

Venta de artículos e insumos para sublimación

Alumna:

Andrea Magdalena Espínola

SAN LORENZO – PARAGUAY

2021

ÍNDICE

ÍNDICE	vi
LISTA DE TABLAS	xii
LISTA DE FIGURAS	xvi
LISTA DE GRÁFICOS.....	xvii
RESUMEN	xviii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I - INTRODUCCIÓN A LA IDEA DEL PROYECTO.....	4
Descripción de la empresa.....	4
Diferencias entre serigrafía y sublimación	4
Las principales ventajas de la sublimación son las siguientes.....	5
Requerimientos Jurídicos para la creación de SUBLICREA	9
Nombre o razón social.....	9
Tipo de Sociedad	9
Constitución Jurídica	9
Empresa constituida bajo el régimen de Sociedad de Responsabilidad Limitada(S.R.L.)9	
Libros obligatorios de la Sociedad de Responsabilidad Limitada.....	18
Requisitos para Inscripción Patronal	22
Requisitos para Inscripción de Trabajadores.....	23
Marcas y patentes trámites para obtener una patente	28
CAPITULO II - INVESTIGACION DE MERCADOS.....	38
Etapas del Proceso de Investigación.....	38
Necesidad de Información	38
Paso 1 – Objetivo general de la investigación.....	39
Paso 2 - Objetivo de la investigación y requerimientos de la información	39
Paso 3 - Diseño de la investigación y fuente de datos.....	42
Paso 4 - Procedimiento de elaboración del instrumento de recolección	44
Elección de la muestra.....	53
Conceptos necesarios sobre el muestreo	53
Procedimientos del muestreo.....	53
Muestra probabilística y muestra no probabilística.....	53
Procedimientos de muestreo probabilístico	54
Cálculo del tamaño de la muestra.....	54
Pasos para seleccionar una muestra.....	55
Tamaño de la muestra.....	70
Muestra probabilística y muestra no probabilística.....	71
Recolección de Datos	72
Libro de Códigos	73
Análisis de los datos – Cuestionario.....	77
Conclusión/ Informe	94
Valoración del costo de la Investigación.....	94
CAPITULO III – LINEAMIENTO ESTRATÉGICO.....	96
Análisis de la Demanda	96
El análisis de las necesidades a través de la segmentación	96
Análisis de la Macro segmentación.....	96

Definición del mercado de referencia en términos de solución.....	97
Conceptualización del mercado de referencia: Dimensiones	98
Estructuras del mercado de referencia.....	98
Análisis de la Micro segmentación.....	100
Análisis de la competencia	100
Ciclo de Vida del Producto.....	101
Se distinguen cuatro fases en este ciclo.....	101
Competidores Directos de Sublicrea S.R.L.....	102
Análisis de la demanda	102
Mercado potencial absoluto.....	104
Demanda de la Empresa	109
Análisis de la 5 fuerzas competitivas de Porter	111
Poder de negociación de los clientes	112
Poder de negociación de los proveedores.....	113
Amenaza de nuevos competidores entrantes	114
Amenaza de nuevos productos sustitutivos	115
Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff	118
Argumento de posicionamiento cualitativo a través de la escala de likert.....	120
CAPÍTULO IV – PLAN DE MARKETING	122
Plan de Marketing.....	122
Análisis Situacional	122
Variables Controlables	123
Variables no Controlables	134
Matriz FODA del marketing	137
Estrategia FODA (Maxi- Maxi)	139
Estrategia FODA (Maxi- Mini).....	141
Estrategias de FODA (Mini-Maxi).....	142
Plan de Acción.....	149
Plan de Acción del Objetivo 2.....	153
Objetivo 3	154
Plan de Acción.....	159
Objetivo 4. Paquete promocional de artículos e insumos.....	160
Cronogramas de tiempo de ejecución.....	166
Identidad Corporativa	167
Manual de Identidad Corporativa	167
Elementos Básicos de la Identidad	167
Construcción de la Marca	167
CAPITULO V – ADMINISTRACIÓN.....	173
Lineamiento estratégico (Ápice estratégico)	173
Declaración de la Visión (de acuerdo a la Macro segmentacion)	173
Declaración de la Misión (de acuerdo a la Macrosegmentacion).....	173
Plan de administración: (Dirección Media).....	173
Análisis Situacional – Matriz FODA	173
Matriz FODA.....	178
Listado plano de la matriz FODA en Administración.....	179
Estrategias de FODA (Mini-Maxi).....	181

Estrategias de FODA (Mini-Mini)	182
Objetivos del plan de Administración	185
Plan de Acción.....	190
Estructura Organizacional	192
Diseño Organizacional - Henry Mintzberg	192
Tipos de Estructuras	193
Configuraciones como elemento de diagnóstico	197
Cada organización experimenta 5 tendencias que subyacen a cada configuración.....	197
Organigrama	200
Tipo de Organigrama de Sublicrea S.R.L.....	200
Tipo de Estructura de Sublicrea S.R.L	200
Layout	203
Resumen de inversiones en activos fijos	204
Manual de Funciones.....	207
Manual de descripción de cargos – Gerente General	207
Manual de descripción de cargos – Auxiliar Administrativo	210
Manual de descripción de cargos – Cajero	213
Manual de descripción de cargos – Encargado de Depósitos.....	215
Manual de descripción de cargos – Auxiliar de Empaquetado	217
Manual de descripción de cargos – Encargado de Compras	219
Manual de descripción de cargos – Conductor.....	221
Manual de descripción de cargos – Asesor de Ventas.....	223
Manual de Procedimiento	225
Fluxogramas	230
Recursos humanos (Descripción del proceso de RRHH, salarios, cargas sociales).....	234
Recursos humanos	234
Política Salarial.....	234
Cargas Sociales.....	235
Análisis de estructura de Costos	237
Plan de cuentas	239
CAPÍTULO VI – ECONÓMICO	250
Aspecto Económico.....	250
Producto interno Bruto (PIB)	250
Balanza comercial (importación/exportaciones)	251
Fluctuación del tipo de cambio.....	251
Comportamiento de la reserva monetaria	252
Superávit o déficit Fiscal	252
Inflación	252
CAPÍTULO VII – PLAN FINANCIERO	254
Plan financiero de la empresa.....	254
El plan financiero incluye.....	254
Cuadro de Inversiones	254
Cronograma de Inversión y Financiamiento	257
Cuadro de Depreciación	259
Cuadro de Préstamo.....	262
Cuadro de Recursos Humanos.....	263

Cuadro de Cronograma de Producción.....	264
Cuadro de Ingresos	267
Cuadro de Costos.....	270
Cuadro de Punto de Equilibrio	272
Cuadro de Cálculo de Capital de trabajo	272
Cuadro de Estado de Resultados Proyecto con Financiamiento.....	273
Estado de Resultados	273
Cuadro de Estado de Resultados Proyecto sin Financiamiento.....	275
Cuadro de Flujos de Caja Proyecto con Financiamiento.....	276
Cuadro de Flujos de Caja Proyecto sin Financiamiento.....	277
Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos con Financiamiento.....	278
Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos sin Financiamiento	279
Cuadro de Balances Proyectados con Financiamiento	280
Cuadro de Balances Proyectados sin Financiamiento	281
Cuadro de Indicadores Financieros	282
CONCLUSIÓN	283
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	285

RESUMEN

El proyecto que se expone en las páginas siguientes es producto del Análisis de mercado realizado por la estudiante, con el afán de demostrar la factibilidad de creación y puesta en funcionamiento de una Empresa, se trata de una empresa que comercializa artículos e insumos para la sublimación de prendas textiles, productos de cerámica y aluminio. En ese sentido, vale resaltar que el servicio principal que brinda la empresa, se trata de representar las características distintivas de estos productos sobre los que se aplica la técnica conocida como sublimado, ya que éstos son productos especiales, de materiales específicos y que deben tener aplicado un barniz especial (polímero) que permite la sublimación. Este proyecto, tuvo como objetivo general: Recolectar datos e informaciones sobre el público objetivo, los clientes potenciales, las empresas con las que se competiría y conocer también la cuota de mercado, tomando como herramienta cuestionarios que demuestren las actitudes cognitivas, afectivas, comportamentales y descriptivas que se tiene hacia los artículos para sublimación. Es así, que mediante la investigación cuali-cuantitativa o mixta; utilizando el métodos descriptivos y explicativos, se exponen todos y cada uno de los puntos o capítulos que sostienen la viabilidad del proyecto para apoyar fuertemente al mercado financiero. Basados en los objetivos, entrevistas y encuestas que se llevaron a cabo a personas de diferentes sectores, se ha podido arribar a los resultados expuestos en cada una de las secciones previstas.

Palabras Clave: Plan de Negocios, Sublicrea, Sublimación, Plan Financiero.