

Ingeniería Comercial

“HARD PALLETS S.R.L.”

Alumna:

Luz Russel Coronel Cañete

SAN LORENZO – PARAGUAY

2020

ÍNDICE

Agradecimientos.....	4
Dedicatoria.....	5
Índice 6	
Índice de tablas, figuras, gráficos y anexos.....	15
Introducción.....	20
Justificación del trabajo.....	21
1. CAPÍTULO I - ASPECTOS JURÍDICOS.....	24
1.1. Introducción de aspectos jurídicos.....	24
1.2. Requerimientos jurídicos.....	24
1.2.1. Nombre o Razón Social.....	24
1.2.2. Razón de la elección del tipo de sociedad.....	24
1.3. Orientación para la apertura de la empresa.....	25
1.4. Constitución jurídica.....	25
1.4.1. Inscripciones en el Registro Público de Comercio.....	26
1.4.2. Requisitos particulares para apertura.....	26
1.4.3. Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones.....	27
1.4.4. Matrícula de Comerciante.....	28
1.4.5. Rubrica de libros contables.....	29
1.4.6. Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (R.U.C.).....	30
1.4.6.1. Inscripción en el RUC.....	30
1.4.7. Apertura en la Municipalidad de Ñemby.....	31
1.4.8. Instituto de Previsión Social (I.P.S.).....	31
1.4.9. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS).....	32
1.4.10. Dirección Nacional de Propiedad Intelectual.....	33
1.4.11. Dirección General de Aduanas.....	34
1.5. Costos de registros de empresas.....	36
1.6. Presupuesto jurídico inicial.....	38
2. CAPÍTULO II - INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	40
2.1. Introducción a la Investigación de Mercados.....	40
2.2. Objetivo General.....	40
2.3. Objetivos y Requerimientos de la Investigación.....	40
2.3.1. Objetivos Cognitivos.....	40
2.3.2. Objetivos Afectivos.....	41
2.3.3. Objetivos Comportamentales.....	41
2.3.4. Variables Descriptoras de la Empresa.....	42
2.4. Diseño de Investigación y la fuente de datos.....	42
2.4.1. Investigación exploratoria.....	43
2.4.2. Investigación concluyente.....	43
2.4.2.1. Diseño descriptivo.....	43
2.5. Procedimiento de recolección de datos.....	44
2.6. Diseño de la Muestra.....	58
2.6.1. Definir la Población.....	59
2.6.2. Marco Muestral.....	59
2.6.3. Tamaño de la muestra.....	68

2.6.4.	Procedimiento de muestreo.....	69
2.6.5.	Selección de la muestra.....	69
2.7.	Codificación y tabulación.....	70
2.8.	Procesamiento y análisis de Datos.....	71
2.9.	Conclusiones.....	98
2.10.	Presupuesto de costo de Investigación de Mercados.....	99
3.	CAPÍTULO III - PLAN DE MARKETING.....	101
3.1.	Introducción al Plan de Marketing.....	101
3.2.	Análisis de la Macro segmentación.....	101
3.2.1.	Mercado de Referencia.....	102
3.3.	Análisis de la Micro segmentación.....	103
3.3.1.	Mercado objetivo.....	104
3.4.	Análisis de la demanda.....	105
3.4.1.	Cálculo de la inversión total de las empresas.....	105
3.4.2.	Cálculo de la inversión promedio de las empresas.....	107
3.4.3.	Cálculo de la Demanda Global.....	108
3.4.4.	Cálculo de Mercado Potencial Absoluto.....	108
3.4.5.	Cuota de mercado.....	109
3.4.6.	Proyección de Ventas del 1er al 5to año.....	110
3.5.	Ciclo de vida.....	110
3.5.1.	Gráfico del ciclo de vida del producto de Hard Pallets S.R.L.....	111
3.6	Análisis Situacional FODA.....	112
3.7.	Evaluación de las 7 P.....	112
3.7.1.	Análisis Interno.....	112
3.7.2.	Variables controlables.....	113
3.7.2.1.	Producto.....	113
3.7.1.2.	Precio.....	114
3.7.1.3.	Plaza.....	114
3.7.1.4.	Promoción.....	115
3.7.1.5.	Personas.....	115
3.7.1.6.	Presentación o evidencia física.....	116
3.7.1.7	Proceso.....	116
3.7.3	Análisis Externo.....	117
3.7.3.1.	Competidores.....	117
3.7.3.2.	Clientes.....	118
3.7.3.3.	Entorno.....	118
3.8.	Cuadro plano FODA Marketing.....	119
3.9.	Cuadro de interacciones. Marketing.....	120
3.10.	Matriz FODA Marketing.....	122
3.11.	Objetivos de Marketing.....	123
3.11.1.	Objetivo 1.....	123
3.11.1.1.	Costos. Objetivo 1.....	124
3.11.2.	Objetivo 2.....	124
3.11.2.1.	Costos. Objetivo 2.....	125
3.11.3.	Objetivo 3.....	126
3.11.3.1.	Costos. Objetivo 3.....	127

3.11.4.	Objetivo 4.....	127
3.11.4.1.	Costos. Objetivo 4.....	128
3.11.5.	Resumen de gastos de los Objetivos de Marketing	129
3.12.	Identidad Corporativa	130
3.12.1.	Manual de marca.....	130
3.12.1.1.	Isologo.....	130
3.12.1.2.	Usos del Isologo.....	131
3.12.1.3.	Isotipo	133
3.12.1.4.	Usos escalables del isotipo.....	133
3.12.1.5.	Factura.....	135
3.12.1.6.	Nota de presupuesto	136
3.12.1.7.	Recibo de dinero	137
3.12.2.	Imagen corporativa	138
3.12.2.1.	Calendario	138
3.12.2.2.	Reloj de oficina	139
3.12.2.3.	Bolsa de entrega.....	140
3.12.2.4.	Protector de móvil.....	141
3.12.2.5.	Hoja membretada	142
3.12.2.6.	Sobre membretado	143
3.12.2.7.	Uso de membrete	144
3.12.2.8.	Cuaderno personalizado.....	145
3.12.2.9.	Bolígrafo	146
3.12.2.10.	Tarjeta de presentación	147
3.12.2.11.	Porta credenciales.	148
3.12.2.12.	CD personalizado.....	149
3.12.2.13.	Uniforme	150
3.12.2.14.	Plotteado en vehículos.	151
3.12.2.15.	Llavero	152
3.12.2.16.	Carpeta personalizada	153
3.12.2.17.	Carpeta personalizada.....	154
3.12.2.18.	Pasacalle.....	155
3.12.2.19.	Volante	156
3.13.	Presupuestos de gastos de identidad corporativa	157
3.14.	Presupuesto general de Plan de Marketing	157
4.	CAPÍTULO IV - ADMINISTRACIÓN	159
4.1	Introducción al capítulo de Administración.....	159
4.2.	Lineamiento estratégico	159
4.2.1.	Misión	159
4.2.1.1.	Misión de Hard Pallets S.R.L	159
4.2.2.	Visión.....	160
4.2.2.1.	Visión de Hard Pallets S.R.L	160
4.2.3.	Valores.	160
4.3.	Localización	160
4.3.1.	Análisis para la localización	161
4.3.1.1.	Justificación mediante el Método Cualitativo por puntos.....	161
4.3.1.2	Micro localización. Justificación mediante el Método Cualitativo por	

puntos.....	163
4.4. Análisis de la estrategia competitiva.....	164
4.4.1 Análisis y valorización de las 5 Fuerzas de Porter.....	164
4.4.2. Cinco fuerzas competitivas de Porter.....	165
4.4.2.1. Amenazas de nuevos competidores.	165
4.4.2.2. Amenazas de productos sustitutos.	166
4.4.2.3. Poder de negociación de Clientes.	166
4.4.2.4. Poder de negociación de los Proveedores.	167
4.4.2.5. Rivalidad entre las empresas.....	167
4.4.2.6 Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Michael Porter	168
4.5. Estrategias de crecimiento y Matriz Ansoff.....	169
4.6. Análisis Situacional FODA ADMINISTRATIVO.....	171
4.6.1. Variables Controlables.....	171
4.6.1.1. Costos.....	171
4.6.1.2. Recursos financieros.	172
4.6.1.3. Recursos humanos.	172
4.6.1.4. Gestión de calidad.....	173
4.6.1.5. Entrega	173
4.6.1.6. Recursos informáticos.....	174
4.6.2. Variables No Controlables.....	174
4.6.2.1. Proveedores.....	174
4.6.2.2. Entidades Financieras.	175
4.6.2.3. Entorno económico	175
4.6.2.4. Competidores	176
4.7. Listado Plano FODA Administrativo	177
4.8. Cuadro de interacciones.....	177
4.9. Matriz FODA de Administración	179
4.7. Objetivos de Administración	180
4.7.1. Objetivo 1.....	180
4.7.2. Objetivo 2.....	180
4.7.3. Objetivo 3.....	181
4.7.4. Objetivo 4.....	181
4.7.5. Resumen de gastos de implementación del Plan de Administración.....	182
4.8. Estructura Organizacional.....	182
4.8.1. Representación gráfica de la estructura organizacional.....	183
4.9. Representación gráfica según Mintzberg.....	184
4.10. Manual de Funciones.	188
4.10.1. Funciones del Gerente General.....	189
4.10.2. Funciones de la Secretaria de Gerencia	190
4.10.3. Funciones del Gerente Administrativo	191
4.10.4. Funciones del Encargado de Compras.....	192
4.10.5. Funciones del Tesorero	193
4.10.6. Funciones del Asistente Administrativo	194
4.10.7. Funciones del Encargado de Depósito.....	195
4.10.8. Funciones del Ayudante de Depósito	196
4.10.9. Funciones del Gerente Comercial.....	197

4.10.10.	Funciones del Vendedor	198
4.10.11.	Funciones del Encargado de Marketing.....	199
4.10.12.	Funciones del Supervisor de Distribución	200
4.10.13.	Funciones del Chofer de reparto	201
4.10.14.	Funciones del Asistente del Chofer	202
4.10.15.	Funciones del Supervisor del Depósito.....	203
4.11.	Manual de Procedimientos.....	204
4.11.1.	Procedimiento de Ventas.	205
4.11.2.	Procedimiento de Pago de Salarios.....	206
4.11.3.	Procedimiento de Pago a Proveedores.	207
4.11.4.	Procedimiento de Cobranzas.....	208
4.11.5.	Procedimiento de Pedido de presupuestos a proveedores.....	209
4.12.	Fluxogramas.....	210
4.12.1.	Fluxograma del Procedimiento de Ventas.	210
4.12.2.	Fluxograma del Procedimiento de Pago de Salarios.....	211
4.12.3.	Fluxograma del Procedimiento de Pago a Proveedores.....	212
4.12.4.	Fluxograma del Procedimiento de Cobranzas.	213
4.12.5.	Fluxograma del Procedimiento de pedido de presupuesto a proveedores. ...	214
4.13.	Talento Humano.....	215
4.13.1.	Cuadro de Colaboradores.....	215
4.13.2.	Proceso de Reclutamiento.....	216
4.13.3.	Reglamentos y normas internas.	216
4.14.	Adquisición de activos.	224
4.15.	Layout	226
4.15.1.	Layout de las instalaciones.	226
4.15.2.	Justificación del Layout	227
4.16.	Arrendamiento del local.....	229
4.16.1.	Tabla de Costos de las remodelaciones.	229
4.17.	Manual de Cuentas.....	230
4.18.	Impuestos que rigen al rubro.....	235
4.18.1.	IRACIS	235
4.18.2.	Impuesto al Valor Agregado (IVA)	237
4.19.	Costos de los servicios.	238
4.20.	Márgenes de contribución.....	239
5.	CAPÍTULO V - ECONÓMICO	241
5.1.	Introducción al Capítulo Económico	241
5.2.	Inflación	241
5.2.1.	Inflación en bienes nacionales e importados.....	241
5.2.2.	Principales aspectos de la inflación	243
5.2.3.	Inflación en Bienes, Servicios y Renta	245
5.3.	Fluctuación del Tipo de Cambio	246
5.4.	Producto Interno Bruto	247
5.4.1.	PIB 2019	247
5.4.2.	Contexto doméstico por el lado de la producción.....	247
5.5.	Balanza Comercial	249
5.5.1.	Exportaciones.....	250

5.5.2.	Importaciones.....	250
5.6.	Superávit o Déficit Fiscal.....	251
5.7.	Salario Mínimo	253
5.8.	Tasa de Desempleo	253
5.9.	Conclusiones generales del capítulo	254
6.	CAPÍTULO VI - PLAN FINANCIERO.....	256
6.1.	Introducción al Capítulo del Plan Financiero	256
6.2.	Información relevante del Plan Financiero	256
6.2.1.	Inversiones.	256
6.2.2.	Cronograma de inversión	256
6.2.3.	Depreciaciones y amortizaciones.....	256
6.2.4.	Servicio de la Deuda	257
6.2.5.	Mano de Obra	257
6.2.6.	Cronograma de Producción y Ventas.	257
6.2.7.	Ingresos por Ventas.....	258
6.2.8.	Costos totales.	258
6.2.8.1.	Costos de Producción.....	258
6.2.8.2.	Costos Variables.	258
6.2.8.3.	Costos Fijos.....	259
6.2.8.4.	Margen de contribución	259
6.2.9.	Punto de Equilibrio	259
6.2.10.	Capital de Trabajo.....	259
6.2.11.	Estado de Resultados.	260
6.2.12.	Flujo de Caja Proyectado	260
6.2.12.1.	Valor Actual Neto (VAN).....	260
6.2.12.2.	Tasa Interna de Retorno (TIR)	260
6.2.12.3.	Tasa de Descuento (TD)	261
6.2.12.4.	Tasa de Riesgo	261
6.2.13.	Balance Proyectado.....	261
6.2.14.	Ratios Financieros.....	261
6.2.14.1.	Ratios de Liquidez	262
6.2.14.2.	Ratios de Solvencia.....	262
6.2.14.3.	Ratios de Gestión	262
6.2.14.4.	Ratios de Rentabilidad	262
6.3.	Cuadros financieros.	263
6.3.1.	Cuadro 1. Inversiones.	263
6.3.2.	Cuadro 2. Cronograma de inversión	266
6.3.3.	Cuadro 3. Depreciaciones y amortizaciones.....	267
6.3.4.	Cuadro 4. Servicio de la Deuda	268
6.3.5.	Cuadro 5. Mano de Obra.....	269
6.3.6.	Cuadro 6. Cronograma de ventas en cantidades.	270
6.3.7.	Cuadro 7. Ingresos por Ventas.....	271
6.3.8.	Cuadro 8. Costos totales.	272
6.3.9.	Cuadro 9. Punto de equilibrio	274
6.3.10.	Cuadro 10. Capital de Trabajo	275
6.3.11.	Cuadro 11. Estado de Resultados con financiamiento.....	276

6.3.12.	Cuadro 12. Estado de Resultados sin financiamiento	277
6.3.13.	Cuadro 13. Flujo de Caja Proyectado con financiamiento.....	278
6.3.14.	Cuadro 14. Flujo de Caja Proyectado sin financiamiento.....	279
6.3.15.	Cuadro 15. Origen y aplicación de fondos con financiamiento	280
6.3.16.	Cuadro 16. Origen y aplicación de fondos sin financiamiento	281
6.3.17.	Cuadro 17. Balance Proyectado con financiamiento	282
6.3.18.	Cuadro 18. Balance Proyectado sin financiamiento	283
6.3.19.	Cuadro 19. Ratios Financieros.	284
	Conclusión.....	285
	BIBLIOGRAFÍA	286
	ANEXOS.....	288

INTRODUCCIÓN

El presente Trabajo de Conclusión de Carrera, consiste en la Comercialización de Pallets de plástico y de madera para las medianas y grandes empresas, ubicada en la ciudad de Ñemby. En la actualidad existen pocas empresas ofreciendo estos productos, Hard Pallets inicia desde la detección de una necesidad de que las empresas encuentren pallets que cumplan con sus requisitos y normas establecidas para su uso.

La necesidad de los pallets desde la segunda guerra mundial utilizados para el traslado de armamento, en la actualidad su uso es necesario para la logística de la movilización de variedades de productos. Los Pallets de Hard Pallets S.R.L, se ofrecerán de manera directa entre el vendedor y el cliente. Por otra parte, se ha decidido realizar el mencionado proyecto debido a que en la ciudad de Ñemby, se ha encontrado un nicho de mercado, en el rubro comercialización de pallets dentro de un mercado meta.

Durante el estudio de mercado realizado existen ciertas empresas comerciantes de pallets, que no abastecen la demanda del consumidor; permitiendo que exista la oportunidad de atacar este mercado con la finalidad de cumplir con las necesidades del cliente. Por tal motivo surge la idea de implementar una empresa que comercialice pallets de madera y plástico con el objetivo de abastecer el mercado, ser la primera opción en la mente de los clientes.