

Administración de Empresas

DELIFRU S.R.L
Paletas y compañía

Alumnas:
Camila Guadalupe Candia Rivela
Mónica María Lucia Ruiz Diaz Martínez

Asunción - Paraguay
2022

INDICE

Agradecimientos.....	3
Dedicatoria.....	4
Introducción	12
CAPITULO I - ESTRUCTURA LEGAL Y JURIDICA	14
1.1 Introducción a la idea del proyecto.....	14
1.2 Concepto de Negocio.....	14
1.3 Producto a ofrecer.....	14
1.4 Clientes Potenciales.....	14
1.5 Nombre o razón social	15
1.6 Tipo de Sociedad.....	15
1.7. Aspectos administrativos y legales de una Sociedad de Responsabilidad Limitada.	19
1.7.1. Requisitos para inscripción de Sociedad de Responsabilidad Limitada.....	19
1.7.2. Proceso de Constitución de DELIFRUT S.R.L	21
1.7.3. Escritura de Constitución y Aporte de Capital	21
1.7.4. Depósito de Garantía en un Banco Oficial	23
1.7.5. Inscripción en el Registro Público de Comercio.....	24
1.7.6. Inscripción en el Registro Público de Personas jurídicas y asociaciones.	24
1.7.7. Matrícula del Comerciante.....	25
1.7.8. Rubrica de Libros Contables o Formularios continuos.....	26
1.7.9. Inscripción en la Dirección de apoyo del Ministerio de Hacienda para la obtención del R.U.C.	27
1.7.10. Inscripción en el registro Administrativo de personas físicas y estructuras jurídicas y el Registro Administrativo de Beneficiarios finales (Ley 6446/19).....	28
1.7.11. Apertura en la Municipalidad de Asunción.	30
1.7.12. Instituto de Previsión Social (IPS).....	31
1.7.13. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social. (MTESS)	32
1.7.14. Dirección Nacional de Registro de Propiedad Intelectual (DINAPI).....	33
1.8. Presupuesto de Constitución.....	35
CAPÍTULO II - INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	36
2.1. La investigación de mercado.	37
2.2. El Proceso de Investigación de Mercados.	38
2.2.1. Necesidad de la Información	38
2.2.2. Objetivos de la investigación y las necesidades de información.	39
2.2.2.1. Objetivos Afectivos	39
2.2.2.2. Objetivos Cognitivos	40
2.2.2.3. Objetivos Comportamentales.....	40
2.2.2.4. Objetivos Sociodemográficos.	41
2.2.2.5. Objetivo de demanda global	42
2.2.2.6. Objetivo de mercado potencial absoluto.....	42
2.2.2.7. Objetivo de cuota de mercado.....	42

2.2.3. Determinar el diseño de la investigación y las fuentes de datos.....	42
2.2.4. Procedimiento de recolección de datos.....	45
2.7 Cuestionario estructurado.	58
2.2.5. Diseño de la muestra.....	63
2.2.5.4. Seleccionar un modelo de muestreo.	65
2.2.5.4.1. Muestreos probabilísticos.....	65
2.2.5.4.2. Muestreos no probabilísticos.	66
2.2.5.5. Seleccionar la Muestra.....	66
2.2.6. Recolección de datos.....	67
2.2.7. Procesamiento de datos.....	67
2.2.8. Analizar datos.	73
2.2.9. Resultado de la Investigación.	96
2.3. Valorización de la investigación de mercados.....	97
CAPÍTULO III -LINEAMIENTO ESTRATEGICO	98
3.1. Análisis de Macrosegmentación	99
3.2. Declaración de la Misión y Visión.....	100
3.2.1. Misión	100
3.2.2. Visión.....	100
3.3. Análisis de la Microsegmentación.	100
3.3.1. Definición del segmento objetivo.	100
3.4. Ciclo de vida del producto.	101
3.5. Análisis de la Demanda	108
3.6. Cálculo de la Demanda global	109
3.7. Mercado potencial absoluto	112
3.8. Cuota de Mercado.....	113
3.9. Estimación de Ventas.....	115
3.9.1. Cálculo de la Estimación de Venta del Proyecto 1° Año.	115
3.9.2 Cálculo de la Estimación de Ventas del Proyecto	116
3.10. Análisis de la Estructura Competitiva del Sector. (Las 5 fuerzas Competitivas de Michel Porter)	116
3.11. Matriz de las Estrategias de Ansoff	123
CAPITULO IV- PLAN DE MARKETING	126
4.1 Plan de marketing.	127
4.1.1 - Análisis situacional.....	127
4.2. Matriz FODA.....	127
4.2.2. Variables controlables.....	128
4.3. Variables no controlables.....	136
4.4. Cuadro FODA. Listado Plano.....	137
4.4.1. Cuadro Matriz FODA	139
4.5. Objetivos del plan de marketing.	144
4.6. Manual de Identidad corporativa.	155

CAPÍTULO V – ADMINISTRACIÓN	163
5.1. Lineamiento Estratégico (Ápice Estratégico)	164
5.2. Plan Administrativo (Dirección media)	164
5.3. Variables Controlables	166
5.4. Variables no controlables	168
5.5. Cuadro Matriz FODA	171
5.6. Objetivos Administrativos	173
5.7. Estructura organizacional	178
5.8. Organigrama	180
5.8.3. Tipos de Estructura según Henry Mintzberg	186
5.9. Manual de funciones	188
5.10. Manual de procedimientos	202
5.11. Flujograma	202
5.12. Análisis y detección de necesidades	210
5.13- Resumen de carga social:	217
5.14- Layout	217
5.15. Listado de Activos	219
5.16. Medidas Preventivas ante el COVID-19	220
5.17- Estructura de Costos	224
5.18. Plan de Cuentas	228
5.19. Instituto Nacional De Alimentación Y Nutrición. (INAN)	234
CAPITULO VI - ECONOMICO	236
6.1. Entorno económico	237
6.2. El producto interno Bruto e Inflación	237
6.3- Evolución del salario mínimo	241
6.4- Evolución del tipo de cambio	242
6.5- Ayuda social como plan de contención	243
CAPITULO VII – PLAN FINANCIERO DE LA EMPRESA	245
7.1. Plan financiero	246
7.2. Inversiones	246
7.2.1. Cronograma de Inversiones	248
7.3. Depreciaciones y amortizaciones	249
7.4. Servicio de la Deuda	250
7.5. Mano de Obra	252
7.6. Cronograma de Producción y Ventas	253
7.7. Ingresos por Ventas	254
7.8. Costos Totales	255
7.9. Punto de Equilibrio	256
7.10 Capital de Trabajo	257
7.11. Estados de Resultados Proyectos con Financiamiento	258
7.12. Estados de Resultados Proyectos sin Financiamiento	259

7.13. Flujos de Caja Proyectos con Financiamiento	260
7.14 Flujos de Caja Proyectos sin Financiamiento	261
7.15. Balances Proyectados con Financiamiento.....	262
7.16. Balances Proyectados sin Financiamiento	263
7.17. Indicadores Financieros.....	264
7.18. Conclusión	265
Anexos.....	266
Bibliografía	271

INTRODUCCIÓN

Hoy en día el mantener una alimentación equilibrada es muy importante porque de ella no solo depende el rendimiento físico y mental si no también la salud. En la actualidad cada vez más personas se preocupan por esto, por ello existe una gran exigencia en cuanto a los productos que consumen. Los helados tienen una gran aceptación dentro del mercado y esto se refleja en los estudios realizados que revelan un crecimiento considerable en cuanto a la industria de los helados en nuestro país.

La propuesta de nuestros helados en crema y en paleta es que están endulzados con Stevia. El mismo puede ser consumido tanto por personas diabéticas como por personas que están buscando cambiar sus hábitos alimenticios o simplemente desean cuidar su figura.

Una gran parte de la población aún no tiene una alimentación balanceada; consumen alimentos con un alto índice de azúcares y grasas, allí nació la preocupación por la salud, es por ello que decidimos comercializar helados saludables para así incidir en el comportamiento alimenticio de las personas.

Con el presente proyecto se busca conocer a fondo el plan para realizar la inversión en el rubro y conocer los datos acerca de sus costos, demanda, utilidad, ingresos por venta, rentabilidad y viabilidad, la idea nace a partir de la necesidad actual de la población de cuidar su salud.

En el primer capítulo se mencionarán todos los requisitos legales necesarios para la constitución de la empresa bajo la razón social de una Sociedad de Responsabilidad Limitada, los costos de cada trámite, así como todos los procedimientos y pasos que se deben realizar para la formalización jurídica.

En el segundo capítulo se procede a la investigación de mercado basada en los nueve pasos. De esta manera podremos obtener la información cognitiva, afectiva, comportamental y sociodemográfica acerca de los clientes potenciales y sus necesidades en el rubro.

El tercer capítulo menciona los lineamientos estratégicos del proyecto, que ayudaran a identificar el mercado al que será dirigido el producto; al mismo tiempo también se identificara el segmento al cual se dirigirán los esfuerzos de marketing. Por otra parte, en este capítulo también se indaga acerca del ciclo de vida del producto, las cinco fuerzas de Porter aplicadas al proyecto y la definición de la estrategia con la que se hará frente a nuestra introducción al mercado.

En el capítulo cuarto se contempla los objetivos, estrategias y planes de acción a realizar a fin del éxito del proyecto al momento de captación y fidelización de clientes. También se presenta todo lo relacionado a la identidad visual de la empresa.

Luego de esto se presenta el quinto capítulo, aquí se indica todos los aspectos administrativos relacionados al proyecto, se hablará sobre la visión, misión y valores, las obligaciones fiscales con las que se deberá de cumplir. Los procesos de selección de personal, el organigrama, manual de funciones, procedimientos y flujogramas también serán tratados en este capítulo. Además, serán mencionados el plan de cuentas, la estructura de costos, el Layout y el plan administrativo del proyecto.

En el capítulo seis del proyecto donde se contempla información relevante al aspecto económico del país. Se podrá observar detalles relacionados a la inflación, el producto interno bruto, la política monetaria, la evolución del salario mínimo y hasta el impacto de la pandemia por Covid-19 en el rubro.

Para finalizar, el séptimo capítulo en donde se detallará el plan financiero para el proyecto, aquí se contempla tablas que ayudarán a entender en números todo lo expuesto en los capítulos anteriores. Para así poder cotejar con propiedad la rentabilidad y viabilidad del proyecto.