

Ingeniería Comercial

AGROKUE HOLDING S.R.L

“Importación y comercialización de maquinarias agrícolas”

Natalia María Ibarrola Huidobro

Asunción - Paraguay

2021

INDICE

Capítulo I.....	13
1.1 Requerimientos Jurídicos.....	14
1.1.1.- Nombre o razón social	14
1.1.2. Tipo de Sociedad.....	14
1.1.3. Aspectos administrativos y legales relacionados para el proceso de apertura y constitución jurídica de una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL)	15
1.2 Presupuesto Jurídico Inicial (realizar un cuadro resumen del costo de cada trámite y valor total del mismo).....	34
Capítulo II	35
2.1 Investigación de mercados.....	36
2.2 Objetivo de la investigación.....	36
2.2.1 Especificar los objetivos de la investigación y las necesidades de información.....	36
2.2.3 Diseño de la investigación y las fuentes de datos.	39
2.2.4 Procedimiento de recolección de datos.	43
2.2.5 Diseño de la muestra.	53
2.2.5.1 Definir la población.....	53
2.2.5.2 Identificar el marco muestral.....	54
2.2.5.3 Determinar el tamaño de la muestra.....	62
2.2.5.4 Procedimiento de muestreo.	64
2.2.5.5 Seleccionar la muestra.....	66
2.2.6 Recolección de los datos.	67
2.2.7 Analizar datos.....	73
2.2.8 Informe final de resultados.....	98
2.2.9 Valorización de la Investigación de Mercados.	99
Capitulo III.....	100
3.1 Análisis de Macro segmentación	101
3.1.1 Definición de la industria	101
3.1.2. Definición de Mercado.....	101
3.1.2.1 Producto Mercado	102
3.2 Análisis de la Micro segmentación	102
3.2.1. Definición del segmento Objetivo.....	102
3.2.2. Ciclo de Vida del Producto	104
3.2.2.1 La competencia	104
3.2.2.2 Descripción de sus servicios y/o productos.....	105
3.3. Análisis de la Demanda.....	106
3.3.1 Demanda de servicios de consumo	106
3.3.2 Cálculo de la demanda global	108
3.3.3 Mercado potencial absoluto	109
3.3.4 Cuota de mercado.....	110
3.3.5. Demanda de la empresa como objetivo de ventas.....	111
3.5 Análisis de la Estructura Competitiva del Sector.	114

3.5.1 Amenaza de Nuevos Competidores	114
3.5.2 Poder de Negociación con los Clientes.....	115
3.5.3 Poder de Negociación con los Proveedores	116
3.5.4 Rivalidad entre Competidores.....	117
3.5.5 Amenaza de Productos Sustitutos.....	118
3.5.6 Resumen de las Fuerzas	119
3.6 Matriz de las Estrategias de Ansoff	120
3.6.1 Estrategia de Penetración de Mercados.....	121
3.6.2 Desarrollo de Nuevos Productos.....	121
3.6.3 Desarrollo de Nuevos Mercados	121
3.6.4 Estrategia de Diversificación	122
Capítulo IV	123
4.1 Plan de Marketing	124
4.4.1 Análisis Situacional.....	124
4.4.2 Objetivos	140
4.4.3 Resumen de Costos de Implementación del Plan de Marketing	149
Capítulo V.....	153
5.1 Declaración de la Misión y Visión.	154
5.1.1 VISION.....	154
5.1.2 MISION.....	154
5.1.3 VALORES.....	155
5.2 Plan de Administración.....	155
5.2.1 Análisis Situacional – Matriz FODA	155
5.3 Plan Fiscal	176
5.4 Estructura Organizacional.....	177
5.4.1 Organigrama.....	177
5.4.2 Partes funcionales de la Organización, según el criterio de Henry Mintzberg ...	178
5.4.3 Tipos de Estructura según Henry Mintzberg.....	183
5.4.4 Manual de Organización y Funciones (MOF).....	185
5.4.5 Manual de Procedimientos.....	185
5.4.6 Fluxogramas.....	200
5.4.7 Layout.....	205
5.4.8 Descripción del Proceso de Recursos Humanos.....	207
5.4.8.1 El Proceso de Reclutamiento.....	207
5.4.8.2 El Proceso de Selección.....	208
5.4.8.3 Remuneración.....	209
5.4.9 Estructura de Costos	210
5.5 Plan de cuentas.....	211
5.6 Localización	215
Capítulo VI	218
6.1 Inversiones.....	219
6.1.1 Resumen de inversiones de Activos Fijos	220
6.1.2 Resumen de Gastos de Pre inversión.....	221
6.2 Cronograma de Inversión y Financiamiento	221
6.3 Depreciaciones y Amortizaciones.....	222

6.4 - Servicio de Deuda Largo Plazo	223
6.4.1 - Servicio de Deuda Corto Plazo	224
6.5 - Mano de Obra.....	225
6.6 - Cronograma de Producción y Ventas.....	226
6.7 - Ingresos por Ventas.....	227
6.8 - Costos Totales.....	228
6.9 - Punto de Equilibrio.....	229
6.10 - Capital de Trabajo.	230
6.11 - Estados de Resultados Proyectos con Financiamiento.....	231
6.12 - Estados de Resultados Proyectos sin Financiamiento.....	232
6.13 - Flujos de Caja Proyectos con Financiamiento.	233
6.14 - Flujos de Caja Proyectos sin Financiamiento.	234
6.15 - Balances Proyectados con Financiamiento.	235
6.16 - Balances Proyectados sin Financiamiento.	236
6.17 - Indicadores Financieros.....	237
INFORME FINAL	238
ANEXOS.....	241
BIBLIOGRAFÍA.....	251

INTRODUCCION

El uso de las maquinarias agrícolas fue creciendo con el pasar de los años, ya que los productores buscaban una alternativa de como elevar la productividad y aumentar el rendimiento hora/trabajo ya sea de sembrado o cosecha del cultivo de cereales, leche, hortícolas, entre otros.

Desde la antigüedad existían herramientas o implementos agrícolas que ayudaban al ser humano a cultivar, como palas, rastrillo, azada, entre otros. Gran parte de los cultivos se hacen todavía con los métodos tradicionales, ya que las maquinarias tienen un costo elevado.

El negocio agrícola ha avanzado a pasos agigantados los últimos años, lo cual hace que el mercado deba tener una gama más amplia de maquinarias agrícolas para facilitar el trabajo a los trabajadores del rubro. Es por eso que el sector se ha puesto más exigente, donde demandar por un producto de alta calidad, pero con precios razonables para que todo productor pueda acceder a ellos, se ha hecho un problema grande, ya que las maquinarias en Paraguay son muy limitadas en cuanto a marcas y precios.

La herramienta principal de la agricultura es el tractor.

La siguiente tesis está inspirada en la necesidad de los pequeños productores agrícolas que también desean adquirir maquinarias de calidad, pero a un costo bajo y que le faciliten las formas de pago, para que siga creciendo nuestro rubro de agricultura en el Paraguay.

Agrokue Holding S.R.L es una empresa de maquinarias agrícolas de la marca AGCO, cuyo objetivo es satisfacer la necesidad del sector agrícola sin importar su antigüedad en el sector, basada en una amplia gama y líneas de maquinarias agrícolas, que ayuden a optimizar el tiempo y producción de los procesos operativos y productivos de sus clientes y garantizar los niveles de calidad y excelencia de sus productos a pesar del precio.

Agrokue Holding S.R.L es una empresa conformada por jóvenes con un espíritu emprendedor y perseverante que se unieron para satisfacer necesidades en el sector agrícola. Nos especializaremos en la venta de maquinarias agrícolas de amplia gama y línea de productos de calidad y los mejores precios del mercado. Contamos con altos conocimientos el campo agrícola.

Plantear soluciones que combinen la calidad, los gustos, y el precio para los clientes, para ello importamos los productos de forma rápida y eficaz para poner todos los productos en menos tiempo en manos de nuestros clientes.

Las categorías de producto estarán clasificadas en maquinarias agrícolas en general de la marca AGCO.