

Ingeniería Comercial

“ACEROS ESTRUCTURALES S.R.L.”

Alumnos:

Lucía Mendoza

Antonio Velázquez

SAN LORENZO – PARAGUAY

2019

ÍNDICE

Agradecimiento	23
Introducción.....	24
Justificación.....	25
CAPÍTULO I.....	26
1. CAPITULO I – ASPECTOS JURIDICOS	27
Introducción al Capítulo Jurídico	27
Requerimiento Jurídico	28
1.1. Nombre o razón social.....	28
Orientación para la Apertura de la Empresa.....	28
1.3.1. Constitución jurídica y Depósito de Garantía	28
1.1.1.1. Costo Escritura de Constitución de Sociedades	29
1.3.1.2. Costo Depósito de Garantía.....	29
1.3.2. Inscripciones en el Registro Público de Comercio e Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicos y Asociaciones	29
1.3.2.1. Costo Registro Público de Comercio	30
1.3.2.2. Costo de Publicaciones.....	30
1.3.3. Matricula de Comerciante	31
1.3.4. Rubrica de Libros Contables libros contables.....	32
1.3.4.1. Costo Rubrica de Libros Contables.....	32
1.3.5. Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (R.U.C.)....	33
1.3.5.1. Costo Registro Único del Contribuyente.....	33
1.3.6. Apertura en la Municipalidad Involucrada (Patentes) ley 881/81.....	33
1.3.7. Habilitación de la Secretaria del Ambiente (SEAM)	34
1.3.8. Instituto de Previsión Social (IPS.)	36
1.3.9. Ministerio de Empleo y Seguridad Social.....	37
1.3.10. Dirección de Propiedad Intelectual (Registro de Marca).	38
Capitulo II.....	40
2. CAPÍTULO II - INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	41
2.1. Introducción a la Investigación de Mercado.	41
2.2. Investigación de mercado. Desarrollo	42
2.3. Objetivo general de investigación	42
2.4. Objetivos y Requerimientos de la Investigación.....	42
2.4.1. Objetivos Cognitivos.....	42
2.4.2. Objetivos Afectivos.....	42
2.4.3. Objetivos Comportamentales	43
2.4.4. Variables que describen a la empresa.....	43
2.5.1. Investigación Exploratoria	44
2.5.2. Investigación Concluyente	44
2.6. Recolección de Datos	45
2.6.1. Diseño Descriptivo	50
2.7. Diseño de la Muestra.....	51
2.7.1. Definir la población.....	51
2.7.2. Marco Muestral	51
2.7.3. Determinación del tamaño de la muestra	77

2.7.4.	Selección de un procedimiento de muestreo	78
2.7.5.	Seleccionar la Muestra	78
2.8.	Procesamiento de Datos.	79
2.9.	Conclusiones / Informe.	89
2.10.	Presupuesto Investigación de Mercados.....	89
Capitulo III	90
3.	CAPÍTULO III – PLAN DE MARKETING	91
3.1.	Introducción Plan de Marketing	91
3.1.1.	Pasos básicos para la elaboración de un Plan de Marketing	92
3.2.	Análisis de la Macro Segmentación	92
3.2.1.	Representación gráfica del Mercado de Referencia	93
3.2.2.	Dimensiones del Mercado de Referencia para “ACEROS ESTRUCTURALES S.R.L.”	93
3.3.	Análisis de la Micro segmentación	94
3.3.1.	Mercado Objetivo.....	95
3.4.	Análisis de la Demanda.....	95
3.4.1.	Cálculo promedio anual contratado de armado y montaje de estructura	96
3.4.2.	Cálculo promedio anual de precio contratado de armado y montaje de estructura.	97
3.4.3.	Cálculo del consumo anual de armado y montaje de estructura	98
3.4.4.	Cálculo de la inversión promedio anual por empresas.....	98
3.4.5.	Demanda Global.....	98
3.4.6.	Mercado Potencial Absoluto	99
3.4.7.	Cuota de Mercado	99
3.4.8.	Proyección de Ventas para los siguientes 4 años	101
3.5.	Modelo del Ciclo de Vida del Producto	101
3.6.	Fases del Ciclo de Vida del Producto:.....	101
3.6.1.	Representación gráfica del Ciclo de Vida del Producto/Servicio para ACEROS ESTRUCTURALES S.R.L	103
3.7.	Análisis Situacional – FODA Marketing	104
3.7.1.	Análisis Interno	104
3.7.2.	Análisis Externo	104
3.8.	Variables Controlables	104
3.9.	Evaluación de las Siete P’s del Marketing Mix	105
3.9.1.	Producto.....	105
3.9.2.	Precio.....	106
3.9.3.	Plaza	107
3.9.4.	Promoción	108
3.9.5.	Personas.....	108
3.9.6.	Presentación.....	109
3.9.7.	Proceso	109
3.10.	Evaluación factores externos.....	110
3.10.1.	Variable no Controlables.....	110
3.11.	Evaluación de tres factores externos	110
3.11.1.	Cliente	110
3.11.2.	Entorno	110
3.11.3.	Competencia.....	111

3.12.	Lista Plano	112
3.13.	Cuadro de Interacción	113
3.14.	Cuadro FODA	114
3.15.	Matriz FODA Marketing.....	115
3.16.	Puntos básicos para la elaboración de los objetivos del Plan de Marketing ...	116
3.16.1.	Objetivos de Marketing	116
3.17.	Identidad Corporativa.....	121
3.17.1.	Manual de la Marca Corporativa.....	121
3.18.	Presupuesto General de Marketing.....	128
CAPÍTULO IV		129
CAPÍTULO IV - PLAN DE PRODUCCIÓN		130
4.1.	Introducción al Capítulo Producción.....	130
4.2.	Localización	131
4.2.1.	Análisis para la Localización	131
4.2.2.	Método de Factores Ponderados.....	131
4.4.	Cálculo de Adyacencias	134
4.5.	Equipos a utilizar para uniones de las estructuras metálicas.....	141
4.5.1.	Otras Herramientas Utilizadas.....	144
4.5.	Descripción del proceso productivo	146
4.5.1.	Estructuras metálicas	146
4.5.2.	Insumos	147
4.5.3.	Mano de Obra.....	147
4.5.4.	Terreno	147
4.5.5.	Vías de Acceso	148
4.5.7.	Informaciones Adicionales que Surgen Durante el Desarrollo del Proyecto ..	149
4.5.8.	Pasos Necesarios para la Elaboración de un Proyecto	149
4.5.9.	Ejecución:.....	150
4.5.10.	Tiempos de Producción	153
4.5.11.	Equipo de Seguridad para Soldadores.....	158
4.5.11.1	Norma de Seguridad en el Trabajo para Soldadores	159
4.5.12.	Equipo de Seguridad para Montadores	160
4.5.12.1	Norma de Seguridad para Trabajos en Altura	160
4.6.	Descripción del Sector de Producción.....	161
4.7.	Descripción del sector de montaje.....	162
4.8.	Costo de Producción de Insumos	163
4.9.	Costo de Producción de Insumos para cinco años	163
4.10.	Costo de Ventas (CV) y Margen de Contribución (MC) de Estructura Metálica	164
4.11.	Proyección de ventas en cinco años	164
4.12.	Activos.....	165
CAPITULO V		166
5. CAPÍTULO V – ADMINISTRACIÓN		167
5.1.	Introducción al Capítulo Administrativo.....	167
5.2.	Descripción de la Empresa	167
5.3.	Lineamiento Estratégico.....	167
5.3.1.	Lineamiento Estratégico de ACEROS ESTRUCTURALES S.R.L.....	168

5.3.2.	Misión.....	168
5.3.3.	Visión	168
5.4.	Análisis de la Estructura Competitiva.....	168
5.4.1.	Análisis de las 5 Fuerzas Competitivas de Porter	168
5.4.2.	¿Cuáles son las Cinco Fuerzas de Porter?.....	169
5.4.3.	Valorización de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter	169
5.4.4.	Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter.....	174
5.5.	Matriz de Ansoff, Estrategia de Crecimiento.....	174
5.5.1.	Estrategias de Penetración de Mercado.....	175
5.5.2.	Estrategias de Desarrollo de Nuevos Productos.....	175
5.5.3.	Estrategias de Desarrollo de Nuevos Mercados	175
5.5.4.	Estrategia de Diversificación.....	175
5.6.	Análisis Situacional – Matriz FODA Administrativo	176
5.6.1.	VARIABLES CONTROLABLES	176
5.6.2.	VARIABLES NO CONTROLABLES	178
5.7.	Listado Plano.....	180
5.8.	Cuadro de Interacción para Matriz FODA.....	181
5.9.	Matriz FODA Administración.....	182
5.9.1.	Objetivos de Administración.....	183
5.10.	Organigrama.....	187
5.10.1	Representación Gráfica del Organigrama Funcional	188
5.10.2.	Tipos de Estructura.....	189
5.10.3.	Mecanismo de adaptación y control.....	190
5.11.	Representación Gráfica de la Estructura funcional de Mintzberg.....	190
5.11.1.	Representación Gráfica de la Estructura funcional de Mintzberg.....	191
5.11.2.	Mecanismo de adaptación y control.....	193
5.12.	Manual de Funciones.....	193
5.12.1.	Manual de Funciones Gerente General	194
5.12.2.	Manual de Funciones Jefe Comercial	195
5.12.3.	Manual de Funciones Encargado de Ventas.....	196
5.12.4.	Manual de Funciones Jefe Administrativo.....	197
5.12.5.	Manual de Funciones Auxiliar Administrativo.....	198
5.12.6.	Manual de Funciones Jefe de Compras.....	199
5.12.7.	Manual de Funciones Encargado de Depósito	200
5.12.8.	Manual de Funciones Encargado de Tesorería.....	201
5.12.9.	Manual de Funciones Cajero.....	202
5.12.10.	Manual de Funciones Jefe de Producción	203
5.12.11.	Manual de Funciones Armador de Estructuras	204
5.13.	Manual de Procedimientos	206
5.13.1.	Manual de Procedimiento de Venta	206
5.13.2.	Manual de Procedimiento Recepción de Insumos	207
5.13.3.	Manual de Procedimiento Pago a Proveedores	208
5.13.4.	Manual de Procedimiento Armado de Estructuras Metálicas	209
5.13.5.	Manual de Procedimiento Montaje de Estructuras Metálicas.....	210
5.14.	Fluxograma.....	211
5.14.1	Símbolos representativos.....	211

5.14.2.	Fluxograma Pedido de Presupuestos	212
5.14.3.	Fluxograma Recepción de Insumos	213
5.14.4.	Fluxograma Pago a Proveedores	214
5.14.5.	Fluxograma Proceso de Producción	215
5.15.	Recursos Humanos	216
5.15.1.	Mano de Obra.....	216
5.15.2.	Cuadro de Mano de Obra para el primer año del proyecto.	217
5.15.3.	Proceso de Reclutamiento del Personal.....	218
5.15.4.	Presupuesto publicación de reclutamiento de personal	218
5.15.5.	Reglamentos y normas internas ACEROS ESTRUCTURALES S.R.L	219
5.16.	Arrendamiento del Local.....	221
5.16.1.	Infraestructura	222
5.17.	Manual de Cuentas	222
5.18.	En Paraguay: ¿Quiénes administran los impuestos?	224
5.19.	Impuestos que rigen en el país	224
5.20.	Impuesto a la renta de actividades comerciales, industriales y de servicios (IRASIS)	
.	224	
5.20.1.	¿Quiénes deben de inscribirse en el IRASIS?	224
5.20.2.	Características Generales del IRACIS	225
5.20.3.	Impuesto al valor agregado. (IVA).....	225
CAPÍTULO VI		227
CAPÍTULO VI – ECONÓMICO.....		228
6.1.	Introducción Capítulo Económico.....	228
6.2.	La Inflación	229
6.3.	Fluctuación del Tipo de Cambio	229
6.4	Producto Interno Bruto (PIB).....	229
6.5	Balanza Comercial (Importación/Exportación).....	231
6.6.	Balanza Comercial Año 2018.....	231
6.7.	Comportamiento de la Reserva Monetaria	231
6.8.	Superávit o Déficit Fiscal.	231
6.9.	Salario Mínimo.....	232
6.10.	Tasa de Desempleo.....	232
CAPÍTULO VII.....		233
CAPÍTULO VII - PLAN FINANCIERO.....		234
7.1.	Introducción al Plan Financiero.	234
7.2.	Plan Financiero.....	234
7.3.	Información Relevante Plan Financiero.....	234
7.3.1.	Inversiones.....	234
7.3.2.	Cronograma de Inversión y Financiamiento	235
7.3.3.	Depreciaciones y Amortizaciones.	235
7.3.4.	Servicio de Deuda	235
7.3.5.	Mano de Obra.....	235
7.3.6.	Cronograma de Producción y Ventas.....	236
7.3.6.1.	Plan de Producción.....	236
7.3.6.2.	Plan de Ventas	237

7.3.7.	Ingresos por ventas.....	237
7.3.8.	Costos Totales.	237
7.3.9.	Punto de Equilibrio.....	238
7.3.10.	Capital de Trabajo.	238
7.3.11.	Estados de Resultados.	238
7.3.12.	Flujos de Caja Proyectados.	239
7.3.13.	Balances Proyectados.	240
7.3.14.	Indicadores Financieros.....	240
7.4.	Cuadros Financieros	242
7.4.1.	Cuadro 1 – Inversiones.....	242
7.4.1.1.	Cuadro 1.a.- Resumen de Inversiones en Activos Fijos.....	243
7.4.1.2.	Cuadro 1.b – Resumen de los Gastos de Pre Inversión.....	244
7.4.2.	Cuadro 2.- Cronograma de Inversión y Financiamiento.	244
7.4.3.	Cuadro 3.- Depreciaciones y Amortizaciones.....	245
7.4.4.	Cuadro 4 – Servicio de Deuda a Largo Plazo	246
7.4.5	Cuadro – Servicio de Deuda a Corto Plazo.	246
7.4.6.	Cuadro 5. Mano de Obra	248
7.4.7.	Cuadro 6 Cronograma de Producción y Ventas.	249
7.4.7.	Cuadro 7 – Ingresos por Ventas.	250
7.4.8.	Cuadro 8. Costos Totales.....	251
7.4.9.	Cuadro 9. Punto de Equilibrio.....	254
7.4.10.	Cuadro 10 Capital de Trabajo.	255
7.4.11.	Cuadro 11 Estados de Resultados Proyectados con Financiamiento.	256
7.4.12.	Cuadro 12 Estados de Resultados Proyectados sin Financiamiento.	257
7.4.13.	Cuadro 13 Flujos de Caja Proyectados con Financiamiento.	258
7.4.14.	Cuadro 14 Flujos de Caja Proyectados sin Financiamiento.	259
7.4.15.	Cuadro 15 Origen y Aplicación de Fondos con Financiamiento.	260
7.4.16.	Cuadro 16 – Origen y Aplicación de Fondos sin Financiamiento.	261
7.4.17.	Cuadro 17 – Balances Proyectados con Financiamiento.....	262
7.4.18.	Cuadro 18 Balances Proyectados sin Financiamiento.....	263
7.4.19.	Indicadores Financieros.....	264
	CONCLUSION	265
	BIBLIOGRAFÍA	266
	ANEXOS	269
	DIRECCION GRAL. DE LOS REGISTROS PÚBLICOS SECCIÓN PERSONAS JURÍDICAS Y ASOCIACIONES	276
	DIRECCION GRAL. DE LOS REGISTROS PÚBLICOS SECCIÓN COMERCIO.	276
	Matricula de Comerciante	277
	Rubrica de Libros	278
	Solicitud de Inscripción en el RUC	279
	Formulario del Registro de Marca.....	280
	Formulario de Inscripción Patronal IPS	281
	Formulario de Acceso al Sistema REI.....	283
	Contrato de Alquiler	284

INTRODUCCIÓN

La idea del proyecto es la creación de una empresa dedicada al armado de estructuras metálicas a través de sistemas de soldaduras y/o bulones y su posterior montaje a obras. El servicio va orientado a empresas constructoras que necesiten los servicios de una empresa para el armado y montaje de estructuras metálicas como construcciones de depósitos.

El mercado de la construcción es un sector que va en aumento positivo en el país, lo que significa una oportunidad de crecimiento para un proyecto de inversión.

Se determina como cliente potencial a los profesionales encargados en la ejecución de las construcciones de estructuras metálicas como ingenieros y arquitectos, es por ello la necesidad de conocer los requerimientos que éstos determinan a la hora de contratar a una empresa que llevará a cabo el proyecto.

La recolección de estas informaciones proporcionarán los atributos que serán ofrecidos para que el cliente potencial vea en una empresa nueva la solución a sus requerimientos.