

**Ingeniería Comercial**

**ECO**

**Naturalmente refrescante**

**Razón Social: CATARATAS S.A**

**Alumnos:**

**Juan Simón Pereira Torres**

**Yohana Vanessa Quiñonez Noguera**

**Asunción – Paraguay**

**2017**

# ÍNDICE

Agradecimientos	6
Dedicatorias	7
Introducción	8
Resumen Ejecutivo	9-10
<b>CAPÍTULO I – Aspectos Jurídicos</b>	<b>11</b>
<b>1.1 Introducción a la idea del Proyecto.</b>	
<b>1.2 Requerimientos Jurídicos</b>	<b>11</b>
1.2.1 Nombre o Razón Social	11
1.2.2 Tipo de Sociedad	11
<b>1.2.3 Constitución Jurídica</b>	<b>11</b>
1.2.3.1 Escritura de Constitución	12-14
1.2.3.2 Depósito de Garantía	15
1.2.3.3 Inscripción Registro Público de Comercio	16-17
1.2.3.4 Inscripción SET Ministerio de Hacienda	18-19
1.2.3.5 Instituto Previsión Social	20
1.2.3.6 Ministerio de Trabajo y Empleo y Seguridad Social	21-22
1.2.3.7 Matrícula de Comerciante.	23-24
1.2.3.8 Rubrica de Libros Contables	25
1.2.3.9 Apertura en la Municipalidad. Patente Comercial	26-27
1.2.3.10 Dirección Nacional de Propiedad Intelectual. Pasos	28-29
1.2.3.11 Ministerio de Industria y Comercio	30
1.2.3.12 Secretaria del Ambiente. Licencian Ambiental	30-34
1.2.3.13 Instituto Nacional de Alimentación y Nutrición	35
1.2.3.14 Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social	36
<b>1.2.4 Gastos de Constitución</b>	<b>37</b>
<b>1.3 Localización de la empresa</b>	<b>38-39</b>
<b>2 Capítulo II. Investigación de Mercado</b>	<b>40</b>
<b>2 Investigación de Mercado</b>	<b>40</b>
<b>2.1 Objetivo de Investigación</b>	<b>40</b>
2.1.1 Objetivo General	40
<b>2.2 Establecer los objetivos de la investigación</b>	<b>41</b>
2.2.1 Identificación del problema	41
2.2.2 Objetivos y requerimientos de la información	42-43
2.2.3 Diseño de Investigación y Fuente de Datos	44
2.2.4 Procedimientos de recolección de datos	45-51
2.2.5 Diseño de la muestra	52-53
2.2.6 Libro de Códigos	54-57
2.2.7 Procesamiento de datos	58
2.2.8 Análisis de Datos	59-75
2.2.9 Presentación de los Resultados	76
<b>3 Costo de la Investigación de Mercado</b>	<b>77</b>
<b>Capitulo III: Plan de Marketing</b>	<b>78</b>

<b>3.1 Análisis de la Macro Segmentación</b>	<b>78</b>
3.1.1 Mercado de Referencia	78
3.1.2 Visión	78
3.1.3 Misión	78
3.1.4 Análisis de nuestros Principales competidores	79
<b>3.2 Análisis de la Micro Segmentación</b>	<b>79-88</b>
<b>3.3 Análisis de la demanda global</b>	<b>89</b>
<b>3.4 Plan de Marketing</b>	<b>90</b>
3.4.1 Análisis Situacional	90-92
3.4.2 Análisis FODA	93-96
3.4.3 Objetivos de Marketing	97-101
3.4.4 Planes de Acción	102-103
<b>CAPITULO IV: ASPECTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>104</b>
<b>4.1 Lineamiento estratégico (Ápice estratégico)</b>	<b>104</b>
4.1.1 Vision	104
4.1.2 Misión	105
4.1.3 Análisis de la estructura Competitiva del sector	106-108
4.1.4 Estrategias de Michel Porter	109-111
4.1.5 Estrategias según Ansoff	112-113
<b>4.2 Plan de administración</b>	<b>114</b>
4.2.1 Análisis Situacional	114-118
4.2.2 Objetivos Administrativos	119
4.2.3 Estrategias de Administración	120
4.2.3.1 Políticas	121-126
4.2.4 Planes de Acción	127
4.2.5 Cuadro de Inversiones en Activos Fijos	128
4.2.6 Organigrama	129
<b>4.3 Estructura Organizacional</b>	<b>130</b>
4.3.1 Estructura Funcional	130-135
4.3.1.1 Diseño Organizacional - Henry Mintzberg	136-137
4.3.1.2 Diseño Estructural	138-139
4.3.2 Layout	140-142
4.3.3 Manual De Funciones	143-156
4.3.4 Manual De Procedimientos	157-160
4.3.5 Fluxograma	161-165
4.3.6 Recursos humanos	166
<b>4.4 Análisis de estructura de costos Producción y Servicios</b>	<b>167</b>
<b>4.5 Plan de Cuentas</b>	<b>168-173</b>
<b>CAPITULO V: ASPECTO ECONOMICO</b>	<b>174</b>
5.1 Macroeconomía Producto Interno Bruto (PIB)	174-176
5.2 Balanza Comercial. Importaciones. Exportaciones	177-181
5.3 Fluctuación del tipo de cambio	182-184
5.4 Reservas Monetarias	185
5.5 Superávit o Déficit Fiscal	186-188
5.6 Inflación	189-190

5.7 Tasa De Desempleo-----	191-194
5.8 Variación Del Salario Mínimo-----	195
5.9 La Cultura y La Educación-----	196-197
<b>CAPITULO VI: ASPECTO FINANCIERO-----</b>	<b>198</b>
6.1 Cuadro de inversiones-----	199-200
6.2 Cuadro de Depreciación-----	201
6.3 Cuadro de Servicio de la Deuda (LP – CP)-----	202
6.4 Cuadro de RRHH -----	203
6.5 Cuadro de cronograma de producción y ventas-----	204
6.6 Cuadro de Ingresos-----	205
6.7 Cuadro de Egresos (Costos Totales)-----	206
6.8 Cuadro de punto de equilibrio -----	207
6.9 Cuadro de cálculo de Capital de Trabajo-----	208
6.10 Cuadro de Estado de Resultado Proyectado con y sin financiamiento-----	209-210
6.11 Cuadro de Flujo de Caja Proyectado con y sin financiamiento-----	211-212
6.12 Cuadro de Origen y Aplicación Proyectado con y sin financiamiento-----	213-214
6.13 Cuadro de Balances Proyectado con y sin financiamiento-----	215-216
6.14 Ratios Financieros-----	217
Conclusión Cuadros Financieros-----	218-220
<b>Anexos-----</b>	<b>221-238</b>
<b>Conclusión-----</b>	<b>239</b>
<b>Bibliografía-----</b>	<b>240</b>

## RESUME

Cataratas S.A. con sus productos ECO “Naturalmente Refrescante” se dedicara a la producción, venta y distribución de agua y cubos de hielo extraído directamente de agua de manantial, nuestro objetivo es cumplir con todas las reglas sanitarias y de calidad, de esta manera lograr la fidelidad de nuestros consumidores a la hora de comprar nuestros productos, esto permitirá mayor seguridad lo cual hace que sean consumidas por personas de todas las edades, y a su vez ofrecer un servicio sumamente ágil y eficiente, teniendo en cuenta el agitado ritmo de vida de las personas en la actualidad.

Los cubos de hielos se producen a través de dos máquinas que están preparadas para la elaboración de los cubos de hielo.

Luego de la producción los cubos pasarían a ser conservados en bolsas de 5 kg, 10 kg y 15 kg a una temperatura de entre  $-8^{\circ}\text{C}$  y  $-10^{\circ}\text{C}$  para su venta al público y distribución de los mismos. Para mantener dichos cubos de hielos contaremos con cámaras heladas con capacidades mínimas.

En el caso del agua esta se extraerá de un pozo artesiano, mencionando que la fuente de contaminación más grande es la carencia de un sistema de tratamiento de efluentes urbanos y más aún rurales, es por eso que se conducirá por un sistema de filtro especial que consiste primeramente en la oxigenación , decantación y/o filtración para la separación de elementos inestables, tales como el hierro, azufre y otros, siempre que dicho tratamiento no persiga modificar la composición de aquellos constituyentes del agua que le confieren sus propiedades esenciales.

Posterior a eso pasara por una caldera desinfectante de residuos orgánicos y finalmente se verterán en botellas de plástico biodegradables de 500 ml, 1 y 2 lts., antes de llenar las mismas, debemos inspeccionar y asegurarnos que estén en perfecto estado y así mantener la excelente calidad obtenida.

La empresa cuenta con un gran número de fortalezas y oportunidades ya que podemos destacar que ofrecemos productos 100% naturales por el hecho que los productos son elaborados con aguas naturales extraídas de manantial.

Si bien los productos ofrecidos son consumidos diariamente en todo el territorio nacional la empresa estará destinada a un mercado que, por el análisis realizado, ha demostrado una gran aceptación hacia los productos, donde la demanda es superior a la oferta, en donde la cantidad de empresas para satisfacer la necesidad de los clientes es mínima, encontramos una

zona estratégica en donde se ubicará la planta industrial que sería en la ciudad de Aregua lugar donde se realizará la extracción, tratamiento y envasado del producto para su distribución.