

Ingeniería Comercial

**Cultivo y Comercialización de Hortalizas Hidropónicas
“HIDROVERDE S.R.L.”**

José Augusto Piñanez Carballo

**Asunción - Paraguay
2018**

ÍNDICE

Agradecimientos.....	2
Dedicatoria.....	3
Tabla de contenido.....	4
Resumen Ejecutivo	10
Capítulo I	12
1.1. Introducción a la idea del proyecto	13
1.2. Requerimientos Jurídicos de acuerdo al tipo de Sociedad a constituirse.....	14
1.2.1. Nombre o razón social	14
1.2.2. Tipo de Sociedad.....	14
1.2.3. Constitución Jurídica	14
a) Escritura de constitución.	14
b) Inscripciones Registro Público de Comercio.....	15
c) Matrícula de Comerciante.	16
d) Compra y Rubrica de libros contables.....	16
e) Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (R.U.C.).....	18
f) Apertura en la Municipalidad Luque (patentes).....	19
g) Instituto de Previsión Social (I.P.S.).....	20
h) Ministerio de Trabajo Empleo y Seguridad Social.....	21
i) Dirección de propiedad intelectual (registro de marcas).....	22
j) Servicio Nacional de Calidad y Sanidad Vegetal y De Semillas (SENAVE).....	24
1.3. Localización de la empresa u organización.....	28
Capítulo II.....	31
2.1. Objetivo General de Investigación.....	32
2.2. Objetivos Específicos de la Investigación.	32
2.3. Definir los tipos de investigación a utilizarse.	35
2.4. Procedimiento de recolección de datos.....	38
Diseño de cuestionario estructurado.	38
2.5. Determinación del plan y tamaño de la muestra.....	44
2.6.- Codificación y tabulación.....	52
2.7.- Análisis de datos.....	53
2.8. Conclusiones/Informe	66
2.9. Valorizar el costo de la investigación de mercados.....	67
Capítulo III.....	68
3.1. Análisis de la Macro segmentación	69
3.2. Análisis de la Microsegmentación	71
3.3. Análisis de la demanda	76
3.4. Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter.....	81
3.5. Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff,.....	90
3.6. Diferenciación por medio de atributos.....	94
Capítulo IV.....	96
4.1. Plan de Marketing.....	97
4.2. Análisis Situacional	97
Listado Plano	109

Matriz de interacción	111
Matriz FODA.....	112
4.3. Objetivos, Estrategias y Planes de Acción.....	114
4.4. Resumen de la Inversión de cada Objetivo.....	119
4.5 Estimado de Ingresos con cada Objetivo	119
Capítulo V.....	120
Administración.....	120
5.1. Lineamiento estratégico.....	121
5.1.1. Declaración de la Visión.....	121
La Visión de Hidro Verde S.R.L.	121
5.1.2. Declaración de la Misión	121
5.2. Plan de administración.....	122
5.2.1. Análisis Situacional	122
5.2.1.1 Variables Controlables.....	122
5.2.1.2. Variables No Controlables.....	125
5.2.1.3. Listado Plano	127
5.2.1.4. Matriz de interacción	129
5.2.1.5. Objetivos, Estrategias y Planes de Acción.....	133
5.2.1.6. Resumen de la Inversión de cada Objetivo.....	137
5.3. Estructura Organizacional.....	138
5.3.1. Organigrama	138
5.3.2. Layout	145
5.3.3. Manual de funciones.....	148
Recursos Humanos.....	162
Recepción y Caja	166
5.3.4. Manual de procedimiento	167
5.3.5. Fluxogramas O Diagrama de Flujo.....	171
5.3.6. Recursos humanos	177
5.4. Activos Fijos.....	180
5.5. Plan de cuentas.....	182
5.6. Producción	189
5.6.1. ¿Cómo Funciona la Hidroponía?	189
5.6.2. Descripción del proceso productivo.....	196
5.6.3. Estructura de Costos	200
5.6.4. Costo total por producto	201
5.6.5. Descripción y cálculo de la capacidad máxima de la empresa.....	202
5.6.6. Condiciones de la infraestructura del sector productivo.....	204
Capítulo VI.....	206
6.1. Producto Interno Bruto (PIB).....	207
6.2. Balanza comercial (importación/exportaciones).....	208
6.3. Fluctuación del tipo de cambio	210
6.4. Comportamiento de la reserva monetaria	211
6.5. Superávit o déficit Fiscal	212
6.6. Inflación	214
Capítulo VII	215

Plan Financiero de la empresa	216
1. Inversiones.....	216
2. Cronograma de inversiones y financiamiento.....	217
3. Depreciaciones y amortizaciones.....	218
4. Servicio de deuda.....	219
5. Mano de obra	220
6. Cronograma de producción y ventas.....	221
7. Ingresos por ventas	222
8. Costos totales.....	223
9. Punto de equilibrio.....	224
10. Capital de trabajo	224
11. Estados de Resultado Proyectos con financiamiento	225
12. Estados de Resultado Proyectos sin financiamiento	225
13. Flujo de caja proyectos con financiamiento.....	226
14. Flujo de caja proyectos sin financiamiento	227
15. Origen y aplicación de fondos con financiamiento.....	227
16. Origen y aplicación de fondos sin financiamiento	228
17. Balance proyectado con financiamiento	228
18. Balance proyectado sin financiamiento.....	229
19. Indicadores financieros	230
Informe Final	231
Bibliografías.....	240

RESUMEN

A través del presente trabajo de grado se da a conocer el proyecto basado en la producción y comercialización de productos hidropónicos específicamente hortalizas, enfocado a todos aquellos supermercados, mini market's, restaurantes y hoteles situados en la ciudad de Asunción capital del Paraguay.

El objetivo principal del trabajo es determinar si el proyecto es considerado viable para su puesta en marcha del mismo modo los socios podrán tomar la mejor decisión con lo que respecta a su inversión.

El trabajo se presenta en siete capítulos distintos en donde se detallan los mecanismos, variables y procedimientos que se pondrán en marcha para poder determinar y alcanzar el objetivo principal. Los mismos se detallan brevemente a continuación.

El primer capítulo es en donde se detallan todos los aspectos jurídicos en el que incurrirá la empresa, se describen los procesos, documentaciones, gestiones, costos de los mismos, éstos representan la constitución de la sociedad. El proyecto se basa en una Sociedad de Responsabilidad Limitada.

El capítulo dos, en él se describen los objetivos generales de investigación de mercado, se definen la manera de trabajo de investigación y se realizan los procedimientos adecuados mediante nueve pasos para poder determinar los mejores atributos que el cliente considera importante por medio de encuestas que se procesan y que luego son analizadas.

En el capítulo tres se determinan la misión y la visión de la organización, la macro segmentación y la micro, además se analiza la demanda y la cuota de mercado correspondiente, así mismo se determinan estrategias de competencias basados en herramientas establecidas.

En el cuarto capítulo del presente trabajo se desarrolla el plan de marketing desarrollándose el FODA para determinar ciertas estrategias de introducción al mercado, además se fijan objetivos de ventas y publicidad generando planes de acciones que ayuden a la empresa a poder ingresar al mercado.

El capítulo cinco se habla de todo lo relacionado a la administración de la empresa en el se detalla la estructura organizativa por medio del organigrama, se determinan las funciones, procedimientos, políticas, reglas que hará que la empresa sea bien organizada por medio de los recursos humanos. Además, se menciona la manera de producción y todo lo que conlleva para su comercialización.

El capítulo número seis es en donde se da a conocer los grandes aspectos de la economía a nivel país que pueden afectar ciertamente y de alguna manera a la empresa, se analiza el Producto Interno Bruto, las fluctuaciones monetarias, la inflación entre otros indicadores económicos.

En el capítulo séptimo y último se confeccionan los cuadros financieros a través de una recolección de datos que arrojan resultados en donde se determina si el proyecto en mención es viable y da al inversionista las indicaciones para poder invertir.