

Ingeniería Comercial

“AISBER S.R.L”

Alumnas:

**Rocío Jazmín Arévalo Ortiz
Melisa Noemí González Martínez**

**SAN LORENZO – PARAGUAY
2023**

INDICE

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
INDICE DE TABLA	xvii
INDICE DE GRÁFICO	xxiii
INDICE DE FIGURA	xxv
INDICE DE ILUSTRACIÓN	xxvi
INDICE DE ANEXOS	xxvii
INTRODUCCIÓN	xxviii
RESUMEN EJECUTIVO	xxix
1 CAPÍTULO I DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	2
1.1 Antecedentes del proyecto	2
1.2 Concepto del negocio.....	2
1.3 El producto o servicio a ofrecer	3
1.4 Segmentación de clientes	3
1.5 Objetivos generales	3
1.6 Objetivos específicos	3
2 CAPÍTULO II ESTRUCTURA JURÍDICA LEGAL	5
2.1.1 Nombre o razón social	5
2.1.2 Tipo de Sociedad.....	5
2.1.2.1 Sociedad Simple	5
2.1.2.2 Sociedad Colectiva	5
2.1.2.3 Sociedad en Comandita Simple.....	5
2.1.2.4 Sociedades Anónimas (S.A).....	6
2.1.2.5 Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L).....	6
2.1.2.6 Sociedad en Comandita por Acciones (S.C.A)	6
2.1.2.7 Empresa por acciones simplificadas (EAS).....	6
2.1.3 Aspectos administrativos y legales relacionados para el proceso de apertura y constitución jurídica.....	7
2.1.3.1 Redacción de la Escritura de Constitución de la Empresa	8
2.1.3.2 Inscripción en el Registro Público de Comercio	9
2.1.3.3 Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones.....	9
2.1.3.4 Matrícula de comerciante	12
2.1.3.5 Rubrica de libros contables.....	12
2.1.3.6 Inscripción en la dirección de apoyo del ministerio de hacienda (R.U.C.)	13
2.1.3.7 Apertura en la municipalidad involucrada (Municipalidad de Asunción). 142.1.3.8..... Instituto de Previsión Social (I.P.S.)	18
2.1.3.9 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS) .	19
2.1.3.10 Comunicación de Apertura Ministerio de Industria y Comercio.....	21
2.1.3.11 Dirección de Propiedad Intelectual (registro de marcas).....	21
2.1.3.8 Comunicación en el Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible	22
2.1.3.12 Realización de estudio de suelo.....	23
2.1.3.13 Instituto Nacional de Alimentación y Nutrición (INAN).....	23
2.2 Presupuesto Jurídico Inicial	26
2.3 Obligaciones fiscales, municipales y laborales.....	26

2.4	Formato de documentaciones de la Empresa.....	28
3	CAPÍTULO III INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	34
3.1	Introducción a la Investigación.....	34
3.2	Proceso de investigación de mercado	34
3.2.1	Necesidad de la Información	34
3.2.2	Especificar los objetivos de la investigación y las necesidades de información.....	35
3.2.2.1	Objetivo Afectivo	35
3.2.2.2	Objetivo Cognitivo	36
3.2.2.3	Objetivo Comportamental	36
3.2.2.4	Objetivo variables que describen a la empresa.....	37
3.2.3	Determinar el diseño de la investigación y las fuentes de datos.....	38
3.2.3.1	Investigación exploratoria	38
3.2.3.1.1	Diseño por Entrevista a Profundidad	38
3.2.3.1.2	Diseño Fuentes de Datos	38
3.2.3.2	Investigación concluyente	39
3.2.3.2.1	Diseño Descriptivo - Cuestionario estructurado	39
3.2.4	Procedimiento de recolección de datos.....	40
3.2.5	Diseño de la muestra.....	58
3.2.5.1	Definir la población:.....	58
3.2.5.2	Identificar el marco muestral.....	59
3.2.5.3	Determinar el tamaño de la muestra.....	65
3.2.5.4	Seleccionar un procedimiento de muestreo	65
3.2.5.4.1	Procedimientos de muestreo probabilístico	65
3.2.5.4.2	Procedimientos de muestreo no probabilístico	66
3.2.5.5	Seleccionar la muestra	66
3.2.6	Recolección de los datos	67
3.2.7	Procesar datos	67
3.2.7.1	La codificación	67
3.2.7.2	Libro de códigos	67
3.2.7.3	Tabulación	67
3.2.8	Analizar datos	68
3.2.9	Presentar los resultados de la investigación de mercados.....	98
3.2.10	Valorización del costo de la investigación de mercados	99
4	CAPÍTULO IV LINEAMIENTO ESTRATÉGICO	101
4.1	Análisis de Macro segmentación	101
4.1.1	Definición de la industria.....	101
4.1.2	Definición de Mercado	101
4.1.2.1	Producto Mercado.....	102
4.2	Declaración de la Misión y Visión.....	103
4.3	Análisis de la Micro segmentación	103
4.3.1	Análisis	104
4.3.1.1	Respuesta diferenciada – Análisis de Clúster.....	104
4.3.1.2	Tamaño suficiente.....	106
4.3.1.3	Mensurabilidad	108
4.3.1.4	Accesibilidad	110
4.3.2	Selección.....	110
4.3.2.1	Marketing Diferenciado.....	111
4.3.2.2	Marketing Concentrado	111
4.3.2.3	Marketing Indiferenciado	111

4.3.3	Posicionamiento.....	111
4.3.3.1	Bases para un Posicionamiento	112
4.3.4	Ciclo de Vida del Producto	114
4.3.4.1	La competencia.....	116
4.3.4.2	Descripción de sus servicios y/o productos.....	117
4.4	Análisis de la Demanda	118
4.4.1	Demanda de servicios de consumo	118
4.4.2	Cálculo de la demanda global	118
4.4.3	Mercado potencial absoluto	123
4.4.4	Cuota de mercado	124
4.4.5	Demanda de la empresa como objetivo de ventas	125
4.5	Estimación de Ventas.....	126
4.5.1	Cálculo de la Estimación de Venta del Proyecto	126
4.6	Análisis de la Estructura Competitiva del Sector	127
4.6.1	Amenaza de Nuevos Competidores	127
4.6.2	Poder de Negociación con los Clientes.....	128
4.6.3	Poder de Negociación con los Proveedores	128
4.6.4	Rivalidad entre Competidores.....	128
4.6.5	Amenaza de Productos Sustitutos.....	129
4.6.6	Resumen de las Fuerzas	130
4.7	Matriz de las Estrategias de Ansoff	130
4.7.1	Estrategia de Penetración de Mercados	130
4.7.2	Desarrollo de Nuevos Productos.....	130
4.7.3	Desarrollo de Nuevos Mercados.....	131
4.7.4	Estrategia de Diversificación	131
5	CAPÍTULO V PLAN DE MARKETING.....	133
5.1	Análisis Situacional Variables Controlables.....	133
5.1.1	Producto	133
5.1.2	Precio	133
5.1.3	Plaza.....	134
5.1.4	Promoción.....	134
5.1.5	Procesos internos	135
5.1.6	Evidencia Física	135
5.1.7	Personal.....	135
5.1.8	Variables No Controlables.....	136
5.1.8.1	Consumidores	136
5.1.8.2	Competencia.....	136
5.1.8.3	Mercado.....	136
5.1.8.4	Entorno	137
5.1.9	Matriz de Interacciones.....	137
5.1.9.1	Maxi – Maxi (Fortalezas y Oportunidades).....	137
5.1.9.2	Maxi – Mini (Fortalezas y Amenazas)	138
5.1.9.3	Mini – Maxi (Debilidades y Oportunidades).....	138
5.1.9.4	Mini – Mini (Debilidades y Amenazas)	139
5.1.10	Matriz FODA	140
5.1.10.1	Objetivos (Marketing)	141
5.1.10.2	Estrategias.....	142
5.1.10.3	Estrategia de comunicación	143
5.1.10.4	Planes de Acción	143
5.2	Resumen de inversión del Plan de Marketing.....	150

5.2.1	Resumen de ventas estimadas del plan de marketing	150
6	CAPITULO VI PLAN DE ADMINISTRACIÓN.....	153
6.1	Estructura Organizacional.....	153
6.1.1	Organigrama	153
6.1.1.1	Tipo de Organigrama de AISBER S.R.L.	153
6.1.2	Partes funcionales de la Organización, según el criterio de Henry Mintzberg.....	156
6.1.2.1	El Ápice Estratégico	156
6.1.2.2	El núcleo de Operaciones	156
6.1.2.3	La Línea Media.....	156
6.1.2.4	La Tecnoestructura	156
6.1.2.5	Staff de Apoyo.....	156
6.1.3	Tipos de Estructura según Henry Mintzberg	157
6.1.3.1	La Estructura Simple	157
6.1.3.2	La Burocracia Profesional	157
6.1.3.3	La Burocracia Maquinal	157
6.1.3.4	La Adhocracia.....	157
6.1.3.5	La Estructura Divisional.....	157
6.1.4	Mecanismos de Adaptación y Control.....	157
6.1.4.1	Adaptación Mutua	157
6.1.4.2	Supervisión Directa	158
6.1.4.3	Normalización de los Procesos De Trabajo.....	158
6.1.4.4	Normalización De Las Habilidades.....	158
6.1.4.5	Normalización De Los Resultados	158
6.1.5	Manual de Funciones	159
6.1.6	Manual de Procedimientos.....	166
6.1.7	Fluxogramas.....	169
6.1.8	Descripción del Proceso de Recursos Humanos.....	173
6.1.8.1	Reclutamiento	173
6.1.8.2	Selección.....	173
6.1.8.3	Contratación	174
6.1.8.4	Inducción	174
6.1.8.5	Capacitación	174
6.1.8.6	Promoción.....	174
6.1.9	Plan de Cuentas.....	175
6.2	Localización.....	178
6.3	Layout	181
6.4	Estructura de costos	182
6.4.1	Recurso Humano.....	182
6.4.2	Activo Fijo	183
6.4.3	Otros costos administrativos.....	184
6.5	Lineamiento Estratégico	184
6.5.1	Declaración de la Misión	184
6.5.2	Declaración de la Visión.....	185
6.5.3	Valores	185
6.6	Plan de Administración.....	185
6.6.1	Análisis Situacional – Matriz FODA.....	185
6.6.1.1	Variables Controlables	185
6.6.1.1.1	Costos.....	186
6.6.1.1.2	Calidad de la gestión	186

6.6.1.1.3	RRHH.....	186
6.6.1.1.4	Entregas.....	186
6.6.1.1.5	Eficiencia productiva	186
6.6.1.2	VARIABLES NO CONTROLABLES.....	187
6.6.1.2.1	Competencia.....	187
6.6.1.2.2	Entorno económico	187
6.6.1.2.3	Entorno Político	187
6.6.1.2.4	Cientes.....	188
6.6.1.3	Listado Plano	188
6.6.1.4	Matriz de Interacción.....	189
6.6.1.4.1	Maxi – Maxi (Fortalezas y Oportunidades)	189
6.6.1.4.2	Maxi – Mini (Fortalezas y Amenazas).....	189
6.6.1.4.3	Mini – Maxi (Debilidades y Oportunidades)	190
6.6.1.4.4	Mini – Mini (Debilidades y Amenazas).....	190
6.6.1.5	Matriz FODA.....	191
6.6.1.6	Objetivos de Administración	192
6.6.1.7	Resumen de la Inversión del Plan de administración	196
7	CAPÍTULO VII PLAN DE PRODUCCIÓN	198
7.1	Capacidad instalada de acuerdo a proyección de ventas.....	198
7.1.1	Capacidad de la planta	198
7.2	Layout de la planta.....	198
7.3	Técnicas de producción y costos.....	199
7.3.1	Disponibilidad y costos de los recursos, especialmente materias primas, manode obra, combustibles, agua, energía eléctrica, etc	199
7.3.1.1	Materia Prima	199
7.3.1.2	Agua	199
7.3.1.3	Insumos.....	200
7.3.1.3.1	Bolsas de polietileno	200
7.3.1.3.2	Amoniaco	200
7.3.1.3.3	Sal industrial.....	200
7.3.1.3.4	Cloro.....	200
7.3.1.3.5	Papel Film	201
7.3.1.4	Mano de Obra	201
7.3.1.5	Otros Costos Asociados a Producción.....	201
7.3.2	Determinación del cuello de botella	201
7.3.3	Ciclo Productivo del Producto	202
7.3.3.1	Extracción de agua del pozo.....	202
7.3.3.2	Desinfección tanque de almacenamiento.....	202
7.3.3.3	Purificador de filtración.....	203
7.3.3.3.1	Filtro de Arena	203
7.3.3.3.2	Filtro de Carbón Activado.....	203
7.3.3.4	Almacenamiento de agua purificada y filtrada.....	203
7.3.3.5	Fabricación de hielo.....	203
7.3.3.6	Almacenamiento provisorio	203
7.3.3.7	Embolsado y sellado.....	204
7.3.3.8	Almacenamiento.....	204
7.3.4	Materiales para la Implementación	204
7.3.4.1	Equipos para Elaboración de Hielos Esféricos.....	204
7.3.4.1.1	Tanque de almacenamiento de agua.....	205
7.3.4.1.2	Purificador de agua	206

7.3.4.1.3	Tanque de enfriamiento.....	207
7.3.4.1.4	Fabricadora de hielo esférico	208
7.3.4.1.5	Bascula Industrial.....	210
7.3.4.1.6	Sellador de Bolsas	211
7.3.4.1.7	Cámara de Frio	211
7.3.5	Método de valoración de inventario	212
7.3.5.1	Método PEPS (Primeros en entrar primeros en salir).....	212
7.3.5.2	Método UEPS (Últimos en entrar primeros en salir)	212
7.3.5.3	Promedio ponderado.....	212
7.3.6	Política de Seguridad	213
7.3.7	Políticas de Calidad.....	213
7.3.8	Políticas de Higiene	213
7.3.9	Determinación de cantidad hora hombres.....	214
7.3.10	Determinación de cantidad de horas máquina.	215
7.4	Flujogramas de producción.....	215
8	CAPÍTULO VIII ANÁLISIS DEL ENTORNO ECONÓMICO	218
8.1	Aspecto Económico	218
8.1.1	Macroeconómico	218
8.1.1.1	Producto Interno Bruto	218
8.1.1.2	Variación del dólar americano.....	218
8.1.1.3	Inflación.....	219
8.1.1.4	Tasas de interés activa- pasiva.....	220
8.1.1.5	Variación del Salario Mínimo	221
8.1.1.6	Contexto Político- Legal.....	221
8.1.1.7	Contexto Social.....	222
8.1.2	Microeconómico	225
8.1.2.1	Oferta y demanda.....	225
9	CAPÍTULO IX ANÁLISIS FINANCIERO.....	227
9.1	Cuadro de Inversiones y Financiamiento.....	227
9.1.1	Resumen de Inversiones en Activos Fijos	228
9.1.2	Resumen de los Gastos de Pre inversión	229
9.2	Cronograma de Inversiones y Financiaciones	230
9.3	Depreciaciones y Amortizaciones.....	231
9.4	Servicio de Deuda.....	232
9.4.1	Préstamo a largo plazo	233
9.4.2	Préstamo a corto plazo	233
9.5	Mano de Obra	234
9.6	Cronograma de Producción y Ventas	235
9.7	Ingresos por Ventas.....	236
9.8	Costos Totales.....	237
9.8.1	Costos de materias primas e insumos	238
9.8.2	Otros costos a incurrir	239
9.9	Punto de Equilibrio	240
9.10	Capital de Trabajo.....	241
9.11	Estados De Resultados Proyectos Con Financiamiento.....	242
9.12	Estados De Resultados Proyectos Sin Financiamiento	243
9.13	Flujos De Caja Proyectos Con Financiamiento	244
9.14	Flujos De Caja Proyectos Sin Financiamiento.....	245
9.15	Origen Y Aplicación De Fondos Con Financiamiento	246
9.16	Origen Y Aplicación De Fondos Sin Financiamiento	247

9.17	Balances Proyectados Con Financiamiento	248
9.18	Balances Proyectados Sin Financiamiento	249
9.19	Indicadores Financieros	251
ANEXOS	254
CONCLUSIÓN	280
BIBLIOGRAFIA	281

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto tiene como objetivo evaluar la rentabilidad, factibilidad y sustentabilidad de una empresa destinada a la elaboración de hielos esféricos.

Posteriormente se expondrán los puntos más relevantes de cada capítulo de este proyecto:

Capítulo I – Idea de Negocio: En este primer capítulo se describe todo lo referente a la actividad de la empresa.

Capítulo II – Aspectos Jurídicos: En el que se investigaron los trámites legales y administrativos que competen al proyecto.

Capítulo III – Investigación de Mercado: En este capítulo se llevó a cabo una investigación de mercado, con el propósito de conocer las necesidades de los potenciales clientes y de esa manera lograr diferenciarnos de la competencia.

Capítulo IV – Lineamiento Estratégico: En el capítulo 4 se realizó un estudio interno para conocer la misión, visión y valores de la misma y así desarrollar las mejores estrategias de penetración de mercado.

Capítulo V – Plan de Marketing: En este capítulo se desarrollaron las estrategias de marketing para la comercialización del producto y posicionamiento de la empresa.

Capítulo VI – Administración: En el capítulo 6 además de desarrollar el análisis FODA de la empresa, se planificó la estructura organizacional y los objetivos administrativos a cumplirse.

Capítulo VII – Producción: En este capítulo se expuso todo el proceso que es llevado a cabo para la elaboración del producto, así como las maquinarias a emplearse en ello.

Capítulo VIII - Aspectos Económicos: En el presente capítulo se analizó la parte económica a nivel país investigando aquellas que pueden llegar a afectar a la empresa.

Capítulo IX – Aspectos Financieros: En este capítulo se determinó la rentabilidad y viabilidad del proyecto.