

Ingeniería Comercial

**Análisis de Factibilidad Técnica, Económica y Financiera de
la instalación de un negocio de delivery de documentos y
muestras de productos, bajo la denominación comercial de
ENVÍOS EXPRESS S. R. L.
Tu solución en movimiento**

Camila Anahí Benítez Benítez

**Asunción – Paraguay
2020**

ÍNDICE

Dedicatoria	i
Agradecimiento	ii
Epígrafe	iii
Resumen Ejecutivo.....	iv
Introducción	vii
1. Jurídico.....	2
1.1 Introducción a la idea del proyecto	2
1.1.1. ENVIOS EXPRESS.....	2
1.2 Requerimientos jurídicos de acuerdo al tipo de sociedad a construirse.	3
1.2.1. Tipo de sociedad	3
Sociedad de Responsabilidad Limitada S.R.L	3
Sociedad simple:	4
Sociedad Colectiva:.....	4
Sociedad en comandita simple:.....	5
Sociedad por Acciones (S.A.):.....	5
Sociedad en comanditas por acciones:.....	5
Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.....	5
Sociedad Unipersonal.....	5
1.2.2. Constitución Jurídica de Envíoexpress.....	9
1.2.3. Escritura de Constitución	9
¿Qué es escritura de Constitución?	9
1.2.4. Depósito De Garantía.....	13
Código Civil:.....	14
1.2.5. Inscripciones Registro Público de Comercio.	15
¿Cuál es el plazo máximo de resolución del trámite?	15
1.2.6. Inscripción en el registro público de personas jurídicas y asociaciones.	16
1.2.7. Compra y rúbrica de libros contables.....	16
1.2.8. Publicación.....	19
1.2.9. Inscripción en la dirección de apoyo del ministerio de hacienda (R.U.C.).....	20
1.2.10. Matricula de comerciante	22
1.2.11. Apertura en la municipalidad de Asunción. (Patente Comercial.).....	23
1.2.12. Instituto de Prevención Social (I.P.S).	26
1.2.13. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social	27
1.2.14. Dirección de propiedad intelectual (DINAPI).	28
1.2.15. Cuadro de Gastos Totales en Trámites Jurídicos.....	35
2. Investigación de Mercado	37
2.1 Paso 1 Identificar el problema.....	37
2.2 Paso 2 Objetivos y requerimientos de la información.....	37
2.2.1. Objetivo cognitivo.....	37
2.2.2. Objetivo Afectivo.....	37
2.2.3. Objetivo Comportamentales.....	38
2.2.4. Objetivo que describen a la empresa.....	38

2.3 Paso 3: Diseño de la investigación.....	39
2.3.1. Tipo de investigación	39
2.4 Paso 4: Procedimiento Y Recolección De Datos.....	41
2.5 Paso 5: La Muestra.....	50
2.5.1. Definir la población.....	50
2.5.2. Identificar el marco muestral	50
2.5.3. Determinar el tamaño de la muestra.....	51
2.5.4. Seleccionar un procedimiento de muestreo.....	52
Procedimiento:	52
A) Muestreo Probabilístico.	52
Muestreo Aleatorio Simple.	52
Muestreo Sistemático.	53
Muestreo Estratificado.	53
Muestreo por Conglomerados.	53
B) Muestreo No Probabilístico.....	53
Muestreo deliberado, crítico o por juicio.	54
Muestreo Bola de Nieve.....	54
Muestreo por Cuotas.	55
2.6 Paso 6: Procedimiento de Recolección de datos.....	55
2.7 Paso7: Codificación y Tabulación libro de códigos.....	56
Codificación	56
2.8 Paso 8: Análisis.....	64
2.9 Paso 9: Informe Final	84
3. Lineamiento Estratégico.....	86
3.1 Análisis de la macro segmentación.	86
3.2 Mercado De Referencia.....	86
3.3 Misión y Visión.....	89
3.3.1. Misión	89
3.3.2. Visión	89
3.4 Ciclo de vida del Producto	90
3.4.1. Etapa de introducción:.....	91
3.4.2. Etapa de crecimiento:.....	91
3.4.3. Etapa de madurez:	91
3.4.4. Etapa de declive:	91
3.5 Análisis de la Demanda.....	93
3.5.1. Frecuencia de Uso	93
3.5.2. Consumo Promedio por Empresa.....	95
3.5.3. Calculo de la Demanda Global	95
3.5.4. Mercado Potencial.....	96
3.5.5. Cuota de Mercado	96
3.5.6. Calculo de Un año de Ventas.....	97
3.5.7. Calculo de Proyección de los 5 años.....	97
3.6 Las Cinco Fuerzas de Porter	99
3.6.1. Amenaza de entrada de nuevos consumidores.....	99
3.6.2. Amenaza de ingreso de productos sustituto	100

3.6.3. Amenaza Poder de negociación con los clientes.....	101
3.6.4. Poder de Negociación con los Proveedores	102
3.6.5. Rivalidad entre Competidores.....	103
3.6.6. Resumen.....	104
3.7 Estrategia de Ansoff.....	104
3.7.1. Desarrollo de nuevos mercados:	105
3.7.2. Desarrollo de productos:	106
3.7.3. Diversificación:	106
3.7.4. Penetración de mercado:	107
4. Plan de Marketing	109
4.1 Variables Controlables.....	111
4.1.1. Producto	111
4.1.2. Precio.....	112
4.1.3. Promoción	114
4.1.4. Distribución (canales cortos y largos).....	115
4.1.5. Evidencia Física:.....	116
4.1.6. Personal Interno	117
4.1.7. Proceso Interno:	118
4.2 Variables No controlables.....	119
4.2.1. Competencia.....	119
4.2.2. Consumidor.....	120
4.2.3. Entorno.....	120
4.3 Cuadro FODA. Listado Plano.	121
4.4 Matriz De Interacción Foda	124
4.5 Cuadro Matriz FODA	126
4.6 Objetivos del Plan de Marketing.....	128
Objetivos.	128
Estrategias.	129
Política.....	129
Reglas.....	129
Planes de acción	129
Objetivo Nro. 1.....	129
Objetivo Nro 2.....	134
Objetivo Nro. 3.....	139
Objetivo Nro. 4.....	142
5. Plan Administrativo	150
5.1 Lineamiento Estratégico.....	150
5.1.1. Misión	150
5.1.2. Visión	150
5.2 Plan de Administración	151
5.2.1. Análisis Situacional. Matriz FODA.	151
5.2.2. Variables Controlables.	151
R.R.H.H:.....	151
Recursos Financieros:	151
Inmuebles.....	152

Muebles.....	152
Rodados.....	152
Sistema informático	153
5.2.3. Variables No Controlables.	153
Proveedores:.....	153
Competencia:.....	153
Tecnología:.....	154
Condiciones económicas:.....	154
5.3 Listado Plano.....	155
5.4 MATRIZ DE INTERACCIÓN.....	156
5.4.1. Matriz FODA	158
Objetivos:	160
Estrategias:	160
Política:	160
Reglas:.....	161
Planes de acción:	161
Objetivo Nro. 1.....	161
Objetivo Nro. 2.....	164
Objetivo Nro. 3.....	166
5.5 Estructura Organizacional.....	168
5.5.1. Tipos de Estructura.	169
5.5.2. Mecanismos de Coordinación y Control Según Mintzberg.	171
5.6 Organigrama.....	174
Organigrama de la Empresa ENVIOS EXPRESS S.R.L.....	175
5.7 Localización	177
5.7.1. Método de los Factores Ponderados.....	177
5.8 Activos	179
5.9 Layout	181
5.10 Manual de Funciones	182
5.11 Manual de Procedimientos.....	197
5.12 Diagrama	200
Flujograma del Manual de Procedimiento de Supervisor de Reparto.....	201
Flujograma del Manual de Procedimiento del Call center de la empresa.....	203
.....	203
Flujograma del Manual de Procedimiento de Caja	204
5.13 Recursos Humanos.....	206
5.13.1. Procesos de Recursos Humanos.....	206
Análisis y detección de necesidades.	206
Reclutamiento activo o pasivo.	206
Recepción de candidaturas.....	206
Preselección.....	206
Pruebas.	207
Entrevista.....	207
Valoración y decisión.....	207
Contratación.	207

Incorporación.....	208
Seguimiento.....	208
Capacitación.....	208
Mano de obra.....	209
Salario.....	210
Vacaciones.....	211
Bonificación Salarial.....	212
Código Laboral.....	212
Aguinaldo.....	212
5.14 Medidas Preventivas ante el COVID-19.....	213
5.14.1. ¿Qué es?	213
5.14.2. ¿Cómo Se Propaga?	213
5.14.3. Los síntomas más habituales son los siguientes:.....	213
5.14.4. Otros síntomas menos comunes son los siguientes:.....	214
5.14.5. Medidas preventivas Sanitarias estrictas para el Personal de ENVIOS S.R.L.	214
5.15 Mano de Obra. Salario Mensual.....	219
5.16 Análisis de Estructura de Costos.....	220
5.16.1. Cuadro de estructura de costos:.....	221
Costos operativos y Gastos Administrativos – Servicios Públicos Básicos.	221
5.16.2. Cuadro de distribución de costos de servicios públicos primer año:	222
Costo Operativo – Combustible y lubricante.	222
Costo Operativo – Mantenimiento y reparación.	224
5.17 Plan de Cuentas.....	224
5.17.1. Codificación de un Plan de Cuentas.....	225
5.18 Identidad Corporativa.....	228
5.18.1. Importancia de la identidad corporativa de una empresa	228
5.18.2. El Logotipo.....	229
5.18.3. Papelería.....	229
5.18.4. Sobre y Manilla Membretada.....	230
5.18.5. Tarjetas.....	231
5.18.6. Remeras.....	232
5.18.7. Facturas.	233
6. Aspecto económico	236
6.1 Reseña sobre la República del Paraguay.....	236
Cultura.....	237
Artesanía	238
Gastronomía	238
Música y Danza Paraguaya	238
6.2 Datos estadísticos.....	239
6.3 Balanza Comercial (Importación/Exportación).	245
Exportaciones.....	246
Importaciones.....	247
6.4 Fluctuación del tipo de cambio.	248
7. Aspectos Financieros	251

7.1 Cuadro 1 – Inversiones.....	251
7.2 Cuadro 2 - Cronograma de Inversión y Financiamiento	253
7.3 Cuadro 3 - Depreciaciones y Amortizaciones.....	253
7.4 Cuadro 4 - Servicio de Deuda.	255
7.5 Cuadro 5 - Mano de Obra.....	256
7.6 Cuadro 6 - Cronograma de Producción y Ventas.....	258
7.7 Cuadro 7 - Ingresos por Venta.	259
7.8 Cuadro 8 - Costos Totales.	260
7.9 Cuadro 9 - Punto de Equilibrio.	262
7.10 Cuadro 10 - Capital de Trabajo.	262
7.11 Cuadro 11 - Estado de Resultado con Financiamiento.	263
7.12 Cuadro 12 - Estado de Resultado sin Financiamiento.	264
7.13 Cuadro 13 - Flujo de Caja Proyectado con Financiamiento.....	265
7.14 Cuadro 14 - Flujo de Caja Proyectado sin Financiamiento.....	266
7.15 Cuadro 15 - Origen y Aplicación de Fondos con Financiamiento.....	267
7.16 Cuadro 16 - Origen y Aplicación de Fondos Sin Financiamiento.	268
7.17 Cuadro 17 - Balance Proyectado con Financiamiento.	269
7.18 Cuadro 18 - Balance Proyectado sin Financiamiento.	271
7.19 Cuadro 19 -Ratios Financieros.....	273
Conclusión.....	276
Recomendaciones.....	277
Bibliografía	278
Anexo	280
Documentos a ser utilizados por la Empresa.	280

RESUMEN

Este proyecto tiene como punto de partida la creación de una empresa enfocada al servicio de envío de documentos y muestra de productos bajo la denominación de “Envíos Express”. Es una empresa que cuenta con múltiples planes y servicios donde optimizar su tiempo es nuestra prioridad

Nos enfocaremos en brindar soluciones integrales de delivery; ya sea de documentos de todo tipo y muestras de producto. Contaremos con servicio motorizada para el envío de dichos documentos y muestras. Nuestro servicio le proveerá de garantías que nosotros asumimos para que tus productos lleguen a tus clientes sin contratiempos.

Deseando satisfacer las necesidades de cada cliente, nos orientaremos en brindar el servicio de delivery dentro del territorio Paraguay.

Para poder realizar este proyecto se llevó a cabo un estudio en la ciudad de Asunción, el cual sirvió para conocer las preferencias y necesidades de las personas que necesitan de este servicio, para obtener esta información se realizó encuestas.

El siguiente trabajo investigado consta de 7 capítulos en los cuales se desarrollan los contenidos a ser utilizados y se desglosan de la siguiente manera.

El Capítulo I Se refiere al aspecto Jurídico en donde se detallan los requerimientos jurídicos de acuerdo al tipo de sociedad a constituirse, los documentos y tiempos necesarios para la apertura, además de la localización del emprendimiento.

En el Capítulo II Es la investigación de mercado en el cual se establecen los objetivos de investigación que orientaran a la toma de decisiones. Se detallan el tipo de investigación a realizarse, procesamiento de datos, la determinación del plan y tamaño de la muestra, la codificación y tabulación, el análisis de datos, al finalizar se realiza un informe con las respectivas conclusiones de los hechos más resaltantes y por último se establece el costo de la investigación.

En el Capítulo III Se desarrolla el lineamiento estratégico, en el que se define el mercado de referencia, análisis de micro segmentación, análisis de la demanda, se proyecta el plan de ventas, análisis de las cinco fuerzas de Porter, evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff, y se identifica los atributos de diferenciación. El plan de Marketing permite cumplir los objetivos propuestos por los emprendedores, el plan cuenta con dos elementos, Marketing Estratégico y Marketing Táctico.

Luego, en el Capítulo IV Se hace un análisis situacional utilizando el análisis FODA como fuente de objetivos para ello también se hace uso de las siete p del marketing, definiendo cada variable de manera detallada. Se plantean objetivos cada uno con su respectiva estrategia, política, regla, recursos financieros, materiales, humanos y plan de acción.

En el Capítulo V Se desarrolla el plan de administración, para ello se establece los objetivos a través del análisis situacional, además cada objetivo contiene las respectivas estrategias y planes de acción, así como sus respectivos costos. También se expone la estructura organizacional y los recursos necesarios, así como los activos fijos, el análisis de la estructura de costos y el plan de cuentas.

El Capítulo VI Incluye el aspecto económico del entorno, se detallan indicadores económicos del país donde se hará apertura de la empresa, Producto Interno Bruto (PIB), balanza comercial (importación/exportaciones), fluctuación del tipo de cambio,

Comportamiento de la reserva monetaria, Superávit o déficit Fiscal e Inflación. El Plan Financiero es el eje de todo plan de negocios, debe dar al lector una visión muy completa acerca del potencial de la compañía, su rentabilidad, sus requerimientos de inversión y los riesgos financieros involucrados.

Seguidamente en el último Capítulo VII Desarrolla los puntos financieros claves tales como; Proyección de ingresos, Proyección de Costos y Gastos, Inversiones necesarias y Financiación, Estado de Resultados, Flujo de Caja proyectado, Período de recupero de la Inversión, Rentabilidad del Negocio, Capital de trabajo requerido (bruto y neto), Punto de equilibrio (contable y financiero), Detalle tasa de corte o costo de oportunidad, Fuentes y usos de fondos.