

Ingeniería Comercial

InvenTag S.R.L

Vanina Belén Cardozo Benítez

Asunción – Paraguay

2020

ÍNDICE

Abreviaturas	19
Resumen Ejecutivo	20
1 Capítulo I – Capítulo Jurídico.....	22
1.1 Introducción a la idea del proyecto.....	22
1.2 Requerimientos Jurídicos de acuerdo con el tipo de Sociedad a constituirse.....	22
1.2.1 Nombre o razón social:.....	22
1.2.2 Tipos de empresas no societarias.....	22
1.2.3 Tipos de Sociedades:	23
1.2.4 Constitución jurídica – InvenTag S.R.L.....	27
1.2.5 Inscripciones registro público de comercio.	29
1.2.6 Inscripción en el registro público de personas jurídicas y asociaciones.....	29
1.2.7 Registro de personas y Estructuras jurídicas.....	30
1.2.8 Registro Administrativo de Beneficiarios Finales del Paraguay	31
1.2.9 Inscripción en el Ministerio de Hacienda – SET obtención de R.U.C.	33
1.2.10 Patente Comercial.....	34
1.2.11 Licencia Comercial.....	37
1.2.12 Compra y Rubrica de libros contables.....	39
1.2.13 Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.	41
1.2.14 Instituto de Previsión Social.	43
1.2.15 Dirección de propiedad intelectual (registro de marcas).	44
2 Capítulo II – Investigación de Mercados.....	48
2.1 Objetivo general de investigación – Paso 1 de la investigación.	49
2.2 Objetivos de la investigación y requerimientos de la información – Paso 2 de la Investigación	49
2.2.1 Objetivos Cognitivos.....	49
2.2.2 Objetivos Afectivo.....	50
2.2.3 Objetivos Comportamentales	51
2.2.4 Variables que describen a las empresas.....	52
2.2.5 Objetivos de la demanda.....	52
2.3 Diseño de la Investigación y fuentes de datos. – Paso 3 de la Investigación	54
2.3.1 Investigación Exploratoria.....	54
2.3.1. Investigación Concluyente	55
2.4 Procedimiento de recolección de datos – Paso 4 de la investigación.	58
2.4.1 Diseño de cuestionario estructurado.....	58
2.5 Determinación del plan y tamaño de la muestra.....	70
2.5.1 Diseño de la muestra.....	70
2.5.2 Codificación y tabulación.....	90
2.5.3 Análisis de datos.....	92
2.6 Conclusiones/Informe	115
2.7 Valorizar el costo de la investigación de mercados.....	116
3 Capítulo III – Lineamiento Estratégico	117
3.1 Análisis de la Macro segmentación	117

3.1.1	Conceptualización del mercado de referencia	117
3.1.2	Definición de Misión.....	118
3.1.3	Misión de InvenTag S.R.L	119
3.1.4	Definición de Visión.....	119
3.1.5	Visión de InvenTag S.R.L.....	120
3.2	Análisis de la Microsegmentación	121
3.3	Análisis de la Demanda	121
3.3.1	Cálculo de la demanda global.....	121
3.3.2	Cálculo del mercado potencial absoluto.....	122
3.3.3	Cuota de mercado	123
3.3.4	Ciclo de vida del Producto.....	125
3.3.5	Estimación de venta.....	127
3.4	Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter.....	129
3.4.1	Fuerza competitiva	129
3.5	Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.....	139
3.5.1	Estrategias de crecimiento de la Matriz de Ansoff:.....	139
3.5.2	Definición de argumento de posicionamiento	140
4	Capítulo IV – Plan de Marketing	142
4.1	Plan de Marketing	142
4.2	Análisis Situacional	142
4.2.1	Variables Controlables	143
4.2.2	Variables no controlables	156
4.2.3	Listado plano	159
4.2.4	Matriz de interacción	165
4.2.5	Matriz FODA.....	168
4.2.6	Objetivos de Plan de Marketing	170
4.2.7	Estrategias de Plan de Marketing	170
4.2.8	Políticas y reglas.....	170
4.2.9	Planes de acción.....	170
4.3	Identidad corporativa	183
4.3.1	Identidad corporativa de InvenTag S.R.L	185
5	Capítulo V- Plan Administrativo.....	192
5.1	Lineamiento estratégico	192
5.1.1	Declaración de la Visión de InvenTag S.R.L	192
5.1.2	Declaración de la Misión de InvenTag S.R.L	192
5.2	Plan de administración: (Dirección Media).....	192
5.2.1	Análisis Situacional – Matriz FODA.....	192
5.2.2	Objetivos del Plan de Administración	203
5.2.3	Costo total del Plan de Administración	210
5.3	Estructura Organizacional.....	210
5.3.1	Mecanismos coordinadores	211
5.4	Organigrama	212
5.4.1	Criterios para su preparación.....	212
5.4.2	Clasificación:.....	213
5.4.3	Organigrama de InvenTag S.R.L.....	216

5.4.4 La organización en cinco partes	217
5.5 Manual de Organización y Funciones (MOF)	221
5.6 Manual de Procedimientos.....	235
5.7 Flujogramas.....	240
5.7.1 Simbología de un diagrama de flujo.....	240
5.8 Descripción del Proceso de Recursos Humanos.....	244
5.8.1 Proceso de reclutamiento y selección de personal.....	244
5.8.2 Reclutamiento.....	244
5.8.3 Selección.....	245
5.8.4 Formación de candidaturas:.....	245
5.8.5 Informes sobre los finalistas:.....	245
5.8.6 Presentación de finalistas con cliente interno:.....	246
5.8.7 Selección de ganador por cliente interno:.....	246
5.8.8 Oferta al postulante por escrito:.....	246
5.8.9 Comunicación con candidatos no seleccionados:.....	246
5.8.10 Proceso de admisión:.....	246
5.8.11 Inducción y capacitación:	246
5.9 Legislación Laboral	247
5.9.1 Salario.....	247
5.9.2 Derecho de la seguridad social:.....	248
5.9.3 Aporte patronal.....	249
5.9.4 Asignación familiar	249
5.9.5 Aguinaldo	250
5.9.6 Vacaciones.....	250
5.9.7 Costos de mano de obra del proyecto.....	252
5.10 Régimen Impositivo	253
5.10.1 Impuesto a los dividendos y utilidades (IDU).....	253
5.10.2 Impuesto a la Renta de no Residentes (INR).....	253
5.10.3 Impuesto al Valor Agregado (IVA).....	253
5.10.4 Impuesto a la Renta Empresarial (IRE) – General, Simple y ReSimple	254
5.11 Localización del Proyecto	256
5.11.1 Macro localización del Proyecto	257
5.11.2 Métodos de factores ponderados	257
5.11.3 Micro localización del Proyecto	259
5.12 Layout.....	260
5.12.1 Ventajas de un Layout	261
5.13 Protocolos sanitarios	265
5.13.1 Objetivos.....	265
5.13.2 Alcance	265
5.13.3 Medidas de Higiene Personal	265
5.13.4 Medidas de Higiene del Entorno Laboral.....	266
5.14 Capacidades del proyecto.....	268
5.14.1 Capacidad máxima de producción.....	268
5.14.2 Capacidad máxima de almacenamiento en depósito	268
5.14.3 Capacidad máxima de provisión de Software	269

5.15 Análisis de estructura de costos	270
5.15.1 Costo de alquiler de inmueble	270
5.15.2 Costo de servicios básicos.....	270
5.15.3 Costo de combustibles y lubricantes	272
5.15.4 Costo de habilitación vehicular	273
5.15.5 Gastos de mantenimiento y reparaciones de vehículo.....	274
5.15.6 Gastos de seguro vehicular.....	275
5.15.7 Otros costos operativos.....	276
5.15.8 Costos de mercaderías para la venta (equipos e insumos).....	277
5.15.9 Costos de software.....	278
5.16 Plan de cuentas.....	279
5.16.1 Finalidades:.....	279
5.16.2 Plan de cuentas con sistema numéricos.....	280
5.16.3 Sistema Numérico Decimal:.....	280
5.16.4 Niveles de un plan de cuentas.....	281
5.17 Aspecto económico	284
5.17.1 Indicadores económicos	284
6 Capítulo VI – Financiero.....	290
6.1 Aspecto financiero	290
6.1.1 Cuadro de Inversiones y Financiamiento	291
6.1.2 Cronograma de Inversiones y Financiaciones.....	294
6.1.3 Depreciaciones y Amortizaciones	295
6.1.4 Servicio de Deuda.....	296
6.1.5 Mano de obra	298
6.1.6 Cronograma operativo y de ventas.....	299
6.1.7 Ingresos por ventas.....	301
6.1.8 Costos totales.....	302
6.1.9 Punto de equilibrio.....	303
6.1.10 Capital de trabajo.....	304
6.1.11 Estados de Resultados Proyectos con Financiamiento	305
6.1.12 Estados de Resultados Proyectos sin Financiamiento	306
6.1.13 Flujos de Caja Proyectos con Financiamiento.....	307
6.1.14 Flujos de Caja Proyectos sin Financiamiento.....	308
6.1.15 Origen y Aplicación de Fondos con Financiamiento	309
6.1.16 Origen y Aplicación de Fondos sin Financiamiento	310
6.1.17 Balances Projectados con Financiamiento.....	311
6.1.18 Balances Projectados sin Financiamiento.....	312
6.1.19 Indicadores Financieros.....	313
7 Conclusión	315
8 Anexo.....	317
8.1 Modelo de Constitución de una S.R.L.....	317
8.2 Formulario de Inscripción Patronal	320
8.3 Formulario de Inscripción Instituto de Previsión Social.....	321
8.4 Formulario de solicitud de Patente Comercial.....	322
8.5 Libro de códigos de investigación de mercados	323

8.6 Modelo de contrato de trabajo	326
9 Bibliografía	329

RESUMEN

Tema: “PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS DE CONTROL DE INVENTARIO A TRAVÉS DE ETIQUETAS DE RADIO FRECUENCIA RFID”.

El presente plan de negocios contiene aspectos que evalúan la factibilidad económica y análisis de sus perspectivas empresariales, así como reúne toda la información necesaria para evaluar el negocio y ponerlo en marcha.

El proyecto consta de VII capítulos: Aspectos jurídicos, Investigación de Mercado, Lineamiento Estratégico, Plan de Marketing, Plan de Administración, Aspecto Económico y por último el Aspecto Financiero.

El mencionado plan se lleva a cabo siguiendo un orden lógico, a fin de que sea desarrollado a su vez en un orden cronológico acorde a la obtención de información. A continuación, se detallan las principales partes del proyecto:

CAPITULO I: En el capítulo como punto de partida se indican todos los pasos necesarios para la constitución de la empresa como una “Sociedad de Responsabilidad Limitada”. También se detallan otros trámites legales en instituciones del Estado, necesarios para la puesta en marcha del proyecto, junto con el costo que implica realizar los mencionados trámites.

CAPITULO II: En el capítulo se realiza un “Estudio de Investigación de mercado” con el objetivo de determinar los atributos mejor percibidos por los potenciales clientes, así como la frecuencia y precio que abonan por este tipo de servicios. También se obtiene información de los competidores instalados en el sector, entre otros aspectos importantes para determinar qué tipo de servicios ofrecerá “InvenTag S.R.L.”, junto con el costo de realización del mencionado estudio. Dichos datos serán utilizados posteriormente para determinar la demanda global, mercado potencial y cuota de mercado.

CAPITULO III: En este capítulo se analizan los “Lineamientos Estratégicos” del proyecto, como el análisis de micro y macro segmentación, estrategias, misión y visión, la demanda global, mercado potencial, y cuota de mercado, informaciones necesarias para realizar las proyecciones de ventas.

CAPITULO IV: En cuanto al capítulo el “Plan de Marketing” se realiza un análisis situacional FODA, a modo de elaborar objetivos de marketing a ser aplicados en el primer año del proyecto, junto a los costos a los cuales se deberán incurrir para ponerlos en marcha.

CAPITULO V: En el capítulo “Plan de Administración” se realiza un análisis situacional FODA, para elaborar objetivos del área administrativa del proyecto, junto con los costos a los cuales se deberá incurrir para aplicarlos, también estudio de los requerimientos de materiales, activos fijos, instalaciones de la empresa, talentos humanos, legislación laboral y tributaria, y estructura de costos. Por otra parte, se analiza la estructura organizacional y se definen los manuales de funciones y procedimientos.

CAPITULO VI: En este capítulo se expone el “Aspecto económico”, desarrollando los indicadores económicos muy importantes como producto interno bruto (PIB), inflación y otros datos relevantes e inherentes al proyecto.

CAPITULO VII: En este capítulo se realiza el “Análisis financiero” que permite

determinar la factibilidad de la puesta en marcha del proyecto, además de determinar la inversión inicial, el capital de trabajo, la inversión total, flujos de caja proyectados, los estados financieros proyectados, punto de equilibrio, así como indicadores financieros relacionados a índices de rentabilidad, liquidez y niveles de endeudamiento.

Con el análisis de todos estos aspectos e indicadores, se podrá obtener la información necesaria para recomendar o no la implementación del proyecto.