

**Ingeniería Comercial**

***“B&F S.R.L.” Seguridad industrial***

**Alumnos:**

**José Carlos Benítez Gayozo  
Yazmin Elizabeth Franco Ruíz**

**SAN LORENZO – PARAGUAY  
2019**

# ÍNDICE

Agradecimientos.....	3
Índice.....	4
Índice de Tablas.....	11
Índice de Ilustraciones.....	14
Introducción.....	15
Justificación.....	17
1- Sociedad de Responsabilidad Limitada – S.R.L.....	19
1.1- Requisitos particulares para Apertura:.....	19
1.2- Características Generales del tipo de sociedad.....	20
1.3- Ventajas.....	20
1.4- Desventajas.....	20
1.5- Constitución de la sociedad.....	20
1.5.1- Escritura de Constitución y Aporte de Capital.....	20
1.6- Artículos del Código Civil Acordes a SRL.....	22
1.7- Inscripción en los registros públicos.....	23
1.8- Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (RUC).....	25
1.10- Instituto de Previsión Social.....	27
1.11- Inscripción Patronal - Sistema REI.....	28
1.11.1- Descripción.....	28
1.12- Municipalidad de San Lorenzo.....	30
1.12.1- Apertura de Patente Comercial- (Sociedad).....	30
1.13- Colocación de Carteles.....	30
1.14- Habilitación de Rodados.....	30
1.15- Dirección Nacional de Propiedad Intelectual. (DINAPI).....	31
1.15.1- Período de sigilo.....	32
1.15.2- Procedimientos.....	32
1.16- Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS).....	33
1.16.1- Rubricación de libros contables - Registro Público Poder Judicial.....	33
1.17- Rubrica de los libros laborales.....	35
1.18- Registro de Prestadores de Servicio REPSE- Ministerio de Industria y Comercio.....	39
2- Investigación de Mercado.....	47
2.1- Problema.....	47
2.2- Objetivo General de la Investigación.....	47
2.3- Objetivos y requerimientos de la investigación.....	47
2.3.1- Objetivos Cognitivos.....	48
2.3.2- Objetivos Afectivos.....	48
2.3.3- Objetivos comportamentales.....	48
2.4.4- Objetivos Sociodemográficos.....	49
2.4- Diseño de la investigación y fuente de datos.....	50
2.5- Definir tipos de investigación a utilizarse.....	50
2.5.1- Investigación Exploratoria.....	50
2.5.2- Investigación de Monitoreo del desempeño.....	50
2.5.3- Investigación Concluyente.....	51

2.6- Procedimiento de recolección de datos.....	53
2.6.1- Característica del cuestionario .....	53
2.7- Diseño de la muestra .....	63
2.7.1- Definición de la población .....	63
2.7.2- Marco muestral.....	64
2.7.2.1-Lista de las 300 empresas.....	65
2.7.3- Tamaño de la muestra .....	89
2.7.4- Determinar el tamaño de la muestra.....	89
2.7.5- Selección de un procedimiento de muestreo .....	90
2.7.6- Selección de la muestra. ....	90
2.8- Procesamiento de datos – Codificación .....	91
2.9- Análisis de datos .....	93
2.10- Resultado de la Investigación.....	114
2.11- Datos Secundarios obtenidos. ....	115
3-Introducción al plan de marketing.....	119
3.1- Análisis de la Macro Segmentación.....	119
3.2- Definición del mercado de referencia en términos de solución .....	119
3.3- Marco tridimensional de un mercado de referencia. ....	120
3.3.1-Funciones o necesidades. ....	120
3.3.2- Clientes.....	120
3.3.3- Tecnología.....	121
3.4- Fronteras de mercado .....	121
3.5-Análisis de la micro segmentación.....	121
3.5.1- Segmentación descriptiva.....	122
3.5.2- Segmentación por beneficios .....	122
3.6- Conceptos básicos del análisis de la demanda. ....	123
3.7- Demanda global expansible en comparación con demanda global no expansible.....	123
3.8- Cálculo de la demanda Global .....	124
3.9- Mercado potencial actual y absoluto.....	126
3.10- Demanda de bienes industriales .....	127
3.11- Cuota de mercado.....	128
3.12- Estimación de Ventas. ....	129
3.13- Cálculos de estimación de Ventas – 5 años .....	130
3.14- Ciclo de vida de un producto.....	131
3.15- Marketing Mix – 7 P del marketing .....	133
3.15.1- Producto .....	133
3.15.2- Precio.....	134
3.15.3- Plaza .....	135
3.15.4- Promoción .....	135
3.15.5- Evidencia Física – Posicionamiento.....	136
3.15.6- Personas .....	137
3.15.7- Proceso .....	137
3.16- Variables no Controlables .....	138
3.16.1- Competencia.....	138
3.16.2- Clientes.....	139
3.16.3- Entorno.....	139

3.17- Matriz FODA .....	141
3.17.1- Matriz de Interacción .....	142
3.18- Objetivos de marketing y Estrategia de Ventas. ....	144
3.19- Identidad corporativa.....	152
3.19.1- Logotipo .....	152
3.19.2- Manual de identidad corporativa.....	154
3.19.3- Colores corporativos. ....	154
3.19.4- Simbología .....	154
3.19.5- Tarjetas de presentación .....	156
3.19.6- Hoja Membretada. ....	157
3.19.7- Factura.....	158
3.19.8- Uniforme .....	159
3.19.9- Rotulación Vehicular.....	163
3.19.10- Merchandasing .....	169
4-Descripción de la empresa. ....	177
4.1- Lineamiento estratégico .....	177
4.1.1- Misión .....	178
4.2- Localización .....	179
4.2.1- Análisis para la macro localización.....	179
4.2.2- Factores de ponderación para selección de ubicación.....	181
4.2.3- Macro Localización.....	183
4.2.4- Micro Localización .....	183
4.3- Fuerzas que mueven la competencia en un sector industrial .....	188
4.4- Matriz Ansoft .....	197
4.5- Análisis situacional – Matriz FODA Administrativo.....	199
4.5.1- Listado Plano.....	205
4.6- Matriz FODA administración.....	208
4.6.1- Matriz de Interacción .....	209
4.7- Objetivos, Estrategias y Plan de Acción .....	211
4.8- Organigrama.....	221
4.9- Representación Gráfica de la estructura Organizacional de B&F SRL .....	222
4.10 Estructura de Mitzberg .....	223
4.10.1- Ápice estratégico .....	224
4.10.2- Línea Media.....	225
4.10.3- Núcleo Operativo .....	226
4.10.4- Staff de apoyo .....	227
4.10.5- La tecnoestructura .....	228
4.11- Manual de funciones .....	229
4.12- Manual de procedimientos .....	251
4.13- Flujograma. ....	263
4.13.1- Flujograma de Proceso de Ventas. ....	265
4.13.2- Flujograma de Proceso de Recepción al almacenamiento de mercaderías .....	266
4.13.3- Flujograma de Proceso Compras .....	267
4.13.4- Flujograma de Proceso de RRHH .....	268
4.15- REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO PARA LA EMPRESA B&F SRL	270
4.16- Layout de las Instalaciones. ....	288

4.17- Local será alquilado y refaccionado.....	294
4.18- Lista de Activos.....	295
4.19- Productos que se ofrece.....	298
4.20- Plan de cuentas.....	312
5-Introducción al Capítulo económico.....	319
5.1- Economía Paraguaya y el sector Industrial.....	320
5.2- Sector naviero es preponderante para la economía del país.....	322
5.3- Sector Productivo.....	323
5.4- Personal ocupado.....	323
5.5- La Inflación.....	323
5.6- Fluctuación del tipo de cambio.....	325
5.7- Producto Interno Bruto (PIB).....	325
5.8- Balanza Comercial.....	327
5.9- Comportamiento de la reserva Monetaria.....	327
5.10- Superavit o Deficit Fiscal.....	331
5.11- Tasa de desempleo.....	332
5.12- Caída en las ventas.....	334
6-Cuadros financieros.....	339
6.1-Cuadro de Inversiones y Financiamiento.....	340
6.2-Cronograma de Inversiones y Financiamiento.....	343
6.3-Depreciaciones y Amortizaciones.....	344
6.4-Financiamiento.....	345
6.5-Salarios.....	346
6.6-Ingresos por ventas.....	347
6.7-Costos Totales.....	348
6.8-Punto de Equilibrio.....	349
6.9-Capital de Trabajo.....	350
6.10-Estados de Resultados.....	351
6.11-Estados de Resultados sin Financiamiento.....	352
6.12-Flujo de Caja Proyectado con Financiamiento.....	353
6.13-Flujo de Caja Proyectado sin Financiamiento.....	354
6.14-Origen y Aplicación de Fondos con financiamiento.....	355
6.15-Origen y Aplicación de Fondos sin financiamiento.....	356
6.16-Balances proyectados con financiamiento.....	357
6.17-Balance Proyectado sin Financiamiento.....	358
6.18-Indicadores Financieros.....	359
Conclusión.....	362
Anexo.....	364
Bibliografía.....	382

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad la seguridad integral de los colaboradores en las industrias tomó un puesto importante en el rango de prioridades en la mente de los empleadores, lo cual hace que el mercado de elementos de seguridad industrial se encuentre en pleno crecimiento. Tanto es así que muchas empresas no lo tienen como “gasto” a la compra de elementos de seguridad industrial, si no como una inversión, ya que están cuidando la integridad del recurso más valioso de las organizaciones, que son los colaboradores. La gama de artículos ofrecidos se divide en grupos de artículos; Cascos, Protectores auditivos, Lentes y antiparras, Mascaras y Mascarillas, Guantes, Calzados, Equipos y elementos de trabajo en Alturas, Protección respiratorias, Navíos, Escaleras y accesorios, Señalización, Uniformes especiales y Bloqueos de seguridad.

Comprar los productos directamente del representante se gana ventaja competitiva en el mercado y también se asegura la calidad de los productos evitando cualquier posibilidad de comercializar replicas. También los fabricantes brindan asesoramientos para sus clientes por ende B&F SRL estará siempre a la vanguardia en el rubro y podrá asesorar de la mejor manera a sus clientes.

B&F SRL buscando protegerse de toda posibilidad de falsificación, usurpación de imagen, logotipo, slogan o cualquier distintivo nuestro se registra en la DINAPI obstaculizando así a la competencia desleal.

Al poseer el título de la Marca, el mismo da derecho al titular de iniciar y llevar adelante acciones legales contra todo intento de imitación, falsificación o usurpación de la marca registrada.

B&F S.R.L., es una empresa de capital nacional ubicada en la etapa de introducción del ciclo de vida del Producto, dedicada al rubro de comercialización de Elementos de Seguridad Industrial, opta por una Sociedad de Responsabilidad Limitada para salvaguardar el patrimonio de los socios fundadores de la empresa, limitando de esta manera su responsabilidad al Capital Aportado, sin necesidad de responder con sus bienes particulares.

La idea de negocio inicia desde la necesidad de cubrir con un sector del mercado industrial el cual se encuentra en pleno crecimiento y va tomando mayor consciencia en cuanto a la seguridad individual de sus colaboradores.

De esta forma B&F S.R.L pretende ser partícipe del crecimiento económico del Paraguay teniendo el objetivo de transmitir responsabilidad y tranquilidad a los clientes manteniéndolos a la vanguardia en el rubro de seguridad individual del colaborador.