

Licenciatura en Marketing

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UN SERVICIOS ELÉCTRICOS INTEGRALES EN LA
CIUDAD DE ASUNCIÓN “SEI-VOLT S.R.L.”**

Carlos Irazusta

Asunción - Paraguay

2020

ÍNDICE

ÍNDICE.....	4
Capitulo I. CAPÍTULO I.....	9
1. Concepto del Negocio Antecedente	9
1.1. Concepto del negocio	10
1.2. Misión.....	11
1.3. Visión	11
1.3.1. Valores.....	11
1.4. Objetivos General.....	11
1.4.1. Objetivos específicos:.....	11
1.5. Estructura.....	12
1.5.1. Localización (micro y macro).....	12
1.6. Método de los factores ponderados.....	12
1.6.1. Micro Localización.....	14
CAPITULO II. ASPECTOS JURÍDICOS	16
2 REGIMEN LEGAL.....	16
2.1.1. Requisitos particulares para apertura.....	19
2.2. Escritura de constitución de aporte y capital.	20
2.2.1. Contrato de constitución de la sociedad (Escritura).....	20
2.3. Inscripción en los registros públicos.	26
2.4. Inscripción en el Ministerio de Hacienda.	29
2.5. Registro Único de Contribuyente.	29
2.6. Certificado de Cumplimiento Tributario.	44
2.6.1. Plan Fiscal, Cronograma de Pago de los Diversos Imp., Anticipos y Patentes....	45
2.6.2. Nota de comunicación de previsión social.	49
2.6.3. Inscripción patronal.	51
2.6.4. Permiso municipal.	52
2.6.4.1. Patente y Licencia.....	52
2.6.5. Apertura de local comercial.....	55
2.6.6. Solicitud de Rubrica.	57
2.6.7. Patente comercial.....	58
2.6.8. Matricula de comerciante.	59
2.6.9. Registro de empresa MIC.....	59
2.6.10. Cédula tributaria.	61
2.6.10.1. Presupuesto Jurídico Inicial.....	61
2.6.10.2 Trámites y duración para la apertura de la empresa SEI-VOLT S.R.L S.R.L.	62
CAPÍTULO 3 – ASPECTOS ECONÓMICOS	62
3.1. Macroeconomía.	62
3.1.1. Análisis económico de contexto.....	66
3.1.2. Paraguay, uno de los países con mayor crecimiento del PIB.....	68
3.1.3. Producto interno bruto trimestral 2015.....	69
3.2. Informe de inflación	78
3.2.1. Inflación total.....	81
3.3. Comercio Exterior de Paraguay.....	83

3.3.1. Importaciones	86
3.4. Desempleo	90
3.4. Variación del salario mínimo	96
3.5. Evolución del tipo de cambio	97
3.6. Entorno Financiero	100
3.6.1. La política monetaria.....	100
3.6.2. La política cambiaria	101
Capítulo 4. Aspectos Administrativos.....	103
4.1. Estructura organizativa.....	103
4.2. Organigrama	103
4.3. Diseño de organización	103
4.4. Diseño de organización de SEI-VOLT S.R.L.	104
4.5. Estructura organizacional – definición.....	105
4.6. Manual de funciones.....	106
4.7. Manual de procedimientos	120
5. MARCO METODOLÓGICO	126
5.1. CRONOGRAMA DE INVESTIGACIÓN.....	126
5.2. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	126
5.3. Estudio de mercado	127
5.3.1. Presentación y alcance del estudio	127
5.4. Objetivos generales.....	127
5.4.1. Objetivos Específicos.....	127
5.5. Diseño de los Instrumentos de Investigación	131
5.5.1. Investigación de Campo	131
5.6. Fuentes de datos	131
5.7. Las Fuentes primarias y Fuentes secundarias.....	132
5.8. Tipo de investigación	132
5.9. Recopilación de los datos.....	132
5.10. Tamaño de la muestra.....	132
5.11. Probabilísticas.....	132
5.11.1 No probabilísticas.....	133
5.11.2. Método de muestreo a utilizar: no probabilística	133
5.12. Criterios de inclusión.....	133
5.12.1. Criterios de exclusión	133
5.13. Desarrollo de la muestra	133
3.14. Resultado de la investigación	134
3.14.1. Conclusiones del estudio de mercado.....	142
6. PLAN DE MARKETING	143
6.1. Análisis FODA.	144
6.2. Marketing Estratégico (s/Ansoff y Porter)	145
6.2.1. LA MATRIZ DE ANSOFF.....	145
6.2.2. Penetración en el mercado.....	145
6.2.3. Desarrollo del mercado.....	146
6.2.4. Desarrollo de servicios	146
6.2.5. Diversificación.....	146

6.3. Estrategia según (Porter)	147
6.3.1. Teoría del diamante de Porter, 1990.....	147
6.3.2. Liderazgo en costos.....	148
6.3.3. Diferenciación	148
6.4.4 Enfoque.....	149
6.5. Marketing Mix (4 P).....	150
6.5.1. Producto o Servicio	150
6.5.2 Precios	151
6.5.3. Plaza:	152
6.5.4. Canal de distribución.....	152
6.5.4 Promoción.....	153
CAPÍTULO 7 – ASPECTOS OPERACIONALES.....	154
7.1. Proceso de servicio	154
7.1.1. FLUJOGRAMA DE PROCESO DEL Servicios eléctricos Integrales.....	154
7.1.2. FLUJOGRMA DE PROCESO.....	156
7.2. Canales de distribución.....	156
7.2.1. Infraestructura y equipos necesarios.....	157
7.2.2. Ingeniería de proyecto y sus principales proveedores.....	157
Capítulo 8 – Responsabilidad Social.....	166
8.1. Responsabilidad Social Empresarial	166
8.1.1. Responsabilidad Social.....	166
8.2. Sensibilidad Ambiental	167
8.3. Plan de Contingencias para el Manejo de Residuos Sólidos Peligrosos	167
8.4. Impacto socioeconómico.	168
8.5. Contribuciones.....	168
8.6. Impacto cultural.....	169
8.7. Aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto.....	169
8.8. Responsabilidad y Confianza	170
8.9. Entorno Político.....	171
Capítulo 9 – Plan de Expansión.....	172
9.1. Plan de expansión	172
9.1.1. Riesgos Internos de Expansión.....	172
9.1.2. Plan de contingencia.....	172
9.2. Incendio ocurridos a equipos e instalaciones:	173
9.3. Aislamiento del área	174
9.3.1. Caso de incendio.....	174
9.4 Riesgos externos de expansión.....	177
9.5 Barreras de salida.....	177
Capítulo 10 – Aspectos Financieros.....	179
10.1 Cuadro de Inversión y Financiamiento.....	179
10.2. Cronograma de Inversión	180
10.3. Servicio de la Deuda Sistema Francés.....	180
10.4. Proyección de Ventas	182
10.5. Determinación del Capital de Trabajo.....	182
10.6. Proyección de Costos	183

10.7. Estado de Resultados Proyectados	185
10.8. Evaluación Financiera (VAN y TIR).....	187
10.9. Depreciaciones y Amortizaciones.....	189
10.10. Origen y Aplicación de Fondos.....	190
10.11. Punto de Equilibrio: Financiero y Contable	191
10.12. Balance General Proyectado.....	192
Conclusiones.....	193
Recomendaciones.....	194
Bibliografía.....	195
Anexo	196
Documentos a ser utilizados por la Empresa.....	196

RESUMEN

La introducción de innovación de una empresa de reformas que facilite sus servicios eléctricos Integrales, para que puedan contar con una alternativa para los habitantes de los barrios de Asunción

La razón por la cual se escogió el tema es por las constantes fallas de nuestro sistema eléctrico, actualmente en nuestro país existe un déficit en el servicio de instalaciones eléctricas, que van dirigidas al sector comercial, específicamente para las pequeñas y medianas empresas en la cual queremos ofrecer nuestro servicio. La empresa se encargará proveer un servicio de gestión a locales comerciales de todo tipo. También se considerará las redes Sociales, como Facebook, Twitter, Google+, para mantener una relación dinámica con los clientes que estará linkeado con la página Web, en donde se publicará, noticias e información relevantes. Todo esto permitirá mayor fidelización y estimulación de los clientes potenciales.