

Ingeniería Comercial

“J&C PROVISIONES NAVALES S.R.L.”

Alumno:

Juan Carlos Báez Bazán

SAN LORENZO – PARAGUAY

2020

ÍNDICE

Agradecimientos.....	4
Dedicatoria.....	5
Índice	6
Índice de tablas, figuras, gráficos y anexos.....	15
Introducción.....	21
Justificación del trabajo.....	22
1. CAPÍTULO I - ASPECTOS JURÍDICOS.....	24
1.1. Introducción.....	24
1.2. Apertura de la Empresa J&C Provisiones Navales S.R.L.....	24
1.2.1. Redacción y formalización de la Escritura de Constitución de la Sociedad...25	
1.2.2. Depósito de Garantía en un banco oficial	27
1.3. Constitución Jurídica y registros varios.....	27
1.3.1. Inscripción en el Registro de Personas Jurídicas y Asociaciones.....	27
1.3.2. Matrícula de comerciante.....	28
1.3.3. Rúbrica de Libros Contables.....	30
1.3.4. Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (R.U.C.) .31	
1.3.4.1. Sub-Secretaría de Estado de Tributación. (RUC)	31
1.3.4.2. Abogacía del Tesoro.	32
1.3.5. Instituto de Previsión Social (I.P.S.).....	33
1.3.6. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social	34
1.3.7. Patente Comercial. Municipalidad de Asunción.....	35
1.3.8. Dirección de Propiedad Intelectual (Registro de Marcas)	37
1.3.9. Instituto Nacional de Alimentación y Nutrición (INAN)	39
1.3.10. Carnet de la Prefectura Naval Paraguaya.....	41
1.3.11. Dirección Nacional del Transporte (DINATRAN).....	42
1.4. Presupuesto Jurídico Inicial.....	43
2. CAPÍTULO II - INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.	48
2.1. Introducción del Capítulo de Investigación de Mercados.....	48
2.2. Objetivo general.....	48
2.3. Objetivos y requerimientos de la investigación.....	48
2.3.1. Objetivos Cognitivos	48
2.3.2. Objetivos Afectivos.	49
2.3.3. Objetivos Comportamentales.....	50
2.3.4. Objetivos para el análisis de la demanda	51
2.3.5. Objetivos descriptoras de la empresa.....	52
2.4. Diseño de investigación y fuentes de datos.	52
2.4.1. Investigación Exploratoria.	52
2.4.2. Investigación Concluyente Descriptiva.	53
2.4.2.1. Diseño Descriptivo.....	53
2.5. Procedimiento de recolección de datos.....	55
2.6. Diseño de la muestra.....	68
2.6.1. Definir la población.	69
2.6.2. Marco muestral.....	70
2.6.3. Determinación del tamaño de la muestra.	73

2.6.4	Seleccionar un procedimiento de muestreo.....	74
2.6.5.	Seleccionar la muestra.....	74
2.7.	Codificación y tabulación.....	74
2.8.	Análisis de datos.....	75
2.9.	Conclusión final.....	102
2.10.	Presupuesto de gastos de la Investigación de Mercados.....	103
3.	CAPÍTULO III - PLAN DE MARKETING.....	105
3.1.	Introducción al Plan de Marketing.....	105
3.2.	Análisis de la Macro segmentación.....	105
3.2.1.	Mercado de Referencia.....	106
3.3.	Análisis de la Micro segmentación.....	108
3.3.1.	Mercado objetivo.....	109
3.4.	Análisis de la demanda.....	109
3.4.1.	Cálculo de la inversión total de las empresas.....	109
3.4.2.	Cálculo de la inversión promedio de las empresas.....	111
3.4.3.	Cálculo de la Demanda Global.....	112
3.4.4.	Cálculo de Mercado Potencial Absoluto.....	112
3.4.5.	Cuota de mercado.....	113
3.4.6.	Proyección de Ventas del 1er al 5to año.....	114
3.5.	Ciclo de vida.....	114
3.5.1.	Etapas del Ciclo de Vida.....	115
3.5.2.	Gráfico del Ciclo de Vida de J&C Provisiones Navales S.R.L.....	116
3.6.	Análisis Situacional.....	117
3.6.1.	Análisis Interno y externo.....	117
3.6.2.	Variables controlables.....	117
3.7.	Evaluación de las 7 P.....	118
3.7.1.	Producto.....	118
3.7.2.	Precio.....	119
3.7.3.	Plaza.....	129
3.7.4.	Promoción.....	129
3.7.5.	Personas.....	130
3.7.6.	Presentación o Evidencia Física.....	131
3.8.	Variables no controlables.....	132
3.9.	Evaluación de los tres factores externos.....	133
3.9.1.	Competidores.....	133
3.9.2.	Clientes.....	134
3.9.3.	Entornos.....	134
3.10.	Cuadro plano del FODA de Marketing.....	135
3.11.	Cuadro de interacciones.....	136
3.12.	Matriz FODA de Marketing.....	137
3.13.	Objetivos de Marketing.....	138
3.13.1.	Objetivo 1.....	138
3.13.1.1.	Presupuesto del plan de acción del Objetivo 1 de Marketing.....	139
3.13.2.	Objetivo 2.....	140
3.13.2.1.	Presupuesto del plan de acción del Objetivo 2 de Marketing.....	141
3.13.3.	Objetivo 3.....	141

3.13.3.1.	Presupuesto del plan de acción del Objetivo 3 de Marketing	143
3.13.4.	Objetivo 4.....	143
3.13.4.1.	Presupuesto del plan de acción del objetivo 4 de marketing	145
3.13.5.	Resumen de gastos de implementación del Plan de MKT.....	145
3.15.	Identidad Corporativa	146
3.15.1.	Manual de Marca Corporativa.	146
3.15.1.1.	Nombre de la empresa.....	147
3.15.1.2.	Isotipo.	147
3.15.1.3.	Logotipo de la empresa.	148
3.15.1.4.	Logotipo sin denominación social	149
3.15.1.5.	Logotipo en escala de grises	150
3.15.1.6.	Logotipo monocromático negro.....	151
3.15.1.7.	Logotipo monocromático blanco	152
3.15.1.8.	Logotipo sobre fondo negro.....	153
3.15.1.9.	Logo horizontal	153
3.15.1.10.	Fuente Corporativa.....	154
3.15.1.11.	Colores corporativos.	154
3.15.1.12.	Factura de Venta	155
3.15.1.13.	Recibo.	156
3.15.1.14.	Nota de remisión	157
3.15.1.15.	Nota de Presupuesto.....	158
3.15.1.16.	Hoja membretada.	159
3.15.1.17.	Sobre membretado.	160
3.15.1.18.	Carpeta personalizada	161
3.15.1.19.	Tarjeta personal.....	162
3.15.1.20.	Abridor 4 en 1.	163
3.15.1.21.	Camión refrigerado.	164
3.15.1.22.	Uniforme.	165
3.15.1.23.	Llavero.	166
3.15.1.24.	Letrero.....	167
3.15.1.25.	Flyer	168
3.16.	Costo de Manual de Identidad Corporativa.	169
3.17.	Presupuesto General de Marketing de J&C Provisiones Navales S.R.L.	169
4.	CAPÍTULO IV - PLAN DE ADMINISTRACIÓN.....	171
4.1.	Introducción.	171
4.2.	Lineamiento estratégico.	171
4.2.1.	Misión.	171
4.2.2.	Visión.....	172
4.2.3.	Valores.	172
4.3.	Localización.	173
4.3.1.	Método cualitativo por puntos.	174
4.3.1.1.	Macro localización mediante el Método Cualitativo por puntos.	175
4.3.1.2.	Micro localización mediante el Método Cualitativo por puntos.....	176
4.4.	Análisis de la estrategia competitiva.....	177
4.4.1.	Análisis y valorización de las 5 Fuerzas Competitivas de Porter	178

4.4.1.1.	Amenazas de nuevos competidores.	178
4.4.1.2.	Amenazas de productos sustitutos.	179
4.4.1.3.	Poder de negociación de los clientes.....	179
4.4.1.4.	Poder de negociación de los proveedores	180
4.4.1.5.	Rivalidad entre las empresas existentes	180
4.4.2.	Conclusión del atractivo de la industria.....	181
4.5.	Estrategias de crecimiento y Matriz Ansoff.....	181
4.6.	Análisis Situacional FODA ADMINISTRATIVO	183
4.6.1.	Variables Controlables	184
4.6.1.1.	Costos.....	184
4.6.1.2.	Recursos financieros.	184
4.6.1.3.	Recursos humanos	185
4.6.1.4.	Gestión de calidad:.....	186
4.6.1.5.	Entrega.	186
4.6.1.6.	Recursos informáticos.....	187
4.6.2.	Variables No Controlables.....	188
4.6.2.1	Proveedores	188
4.6.2.2.	Entidades Financieras	189
4.6.2.3.	Entorno económico	189
4.6.2.4.	Entorno legal	190
4.6.2.5.	Competidores.	191
4.7.	Listado Plano del FODA del Plan de Administración.	192
4.8.	Cuadro de interacciones. FODA del Plan de Administración	193
4.9.	Matriz FODA de Administración	194
4.7	Objetivos de Administración	196
4.7.1.	Objetivo 1 de Administración.....	196
4.7.1.1.	Costos del Objetivo 1 de Administración.	197
4.7.2.	Objetivo 2 de Administración.....	197
4.7.2.1.	Costos del Objetivo 2 de Administración.	198
4.7.3.	Objetivo 3 de Administración.....	199
4.7.4.	Objetivo 4 de Administración.....	199
4.7.4.1.	Costos del Objetivo 4 de Administración.	201
4.7.5.	Resumen de gastos de implementación del Plan de Administración.....	201
4.8.	Estructura Organizacional.....	201
4.8.1.	Tipos de organigrama.	202
4.8.2.	Estructura Organizacional de J&C Provisiones Navales S.R.L.....	202
4.9.	Representación gráfica según Mintzberg.....	203
4.9.1.	Clasificación de la estructura organizacional.....	205
4.10.	Manual de Funciones	206
4.10.1.	Funciones del Gerente General	207
4.10.2.	Funciones de la Secretaria.....	208
4.10.3.	Funciones del Supervisor Administrativo y Finanzas	209
4.10.4.	Funciones del Supervisor Comercial	210
4.10.5.	Funciones del Supervisor de Logística.	211
4.10.6.	Funciones del Auxiliar Administrativo.....	212
4.10.7.	Funciones del Personal de Limpieza.....	213

4.10.8.	Funciones del Personal de Compras	214
4.10.9.	Funciones del Encargado de Depósito.	215
4.10.10.	Funciones del Ayudante de Depósito.	216
4.10.11.	Funciones del Jefe de Tesorería.	217
4.10.12.	Funciones del Auxiliar de Cobranza.	218
4.10.13.	Funciones del Encargado del Plan de Marketing.....	219
4.10.14.	Funciones del Jefe Comercial	220
4.10.15.	Funciones del Vendedor	221
4.10.16.	Funciones del Chofer	222
4.10.17.	Funciones del Ayudante.....	223
4.11.	Manual de Procedimientos.....	224
4.11.1.	Procedimiento de Ventas.	225
4.11.2.	Procedimiento de Compras	226
4.11.3.	Procedimiento de Inventario.	227
4.11.4.	Procedimiento de Pago de Salarios.....	228
4.11.5.	Procedimiento de pago de proveedores	229
4.12.	Fluxograma.	230
4.12.1.	Fluxograma del Procedimiento de Ventas.	230
4.12.2.	Fluxograma del Procedimiento de Compras.....	231
4.12.3.	Fluxograma del Procedimiento de Inventario.	232
4.12.4.	Fluxograma del Procedimiento de Pago de Salarios.....	233
4.12.5.	Fluxograma del Procedimiento de Pago a proveedores.	234
4.13.	Talento Humano.....	235
4.13.1.	Proceso de Reclutamiento.....	236
4.13.1.1.	Modelo de flyer para reclutamiento de personal.....	237
4.13.2.	Reglamentos y normas internas	237
4.14.	Adquisición de activos.	239
4.15.	Layout	240
4.15.1.	Justificación del Layout. (Usando el método de adyacencias)	241
4.15.2.	Arrendamiento del local.....	243
4.16.	Manual de Cuentas.....	244
4.16.1.	Plan de Cuentas.....	244
4.16.2.	Impuestos que rigen al rubro.....	249
4.16.2.1.	Iracis.....	249
4.16.2.2.	Impuesto al Valor Agregado.	252
4.17.	Costos unitarios de los productos.	256
4.17.1	Costos unitarios de 1 estándar	256
4.17.2.	Costos unitarios de ½ estándar	263
4.17.1.	Márgenes de contribución	269
5.	CAPÍTULO V - ECONÓMICO	271
5.1.	Introducción al Capítulo Económico.	271
5.2.	Inflación.	272
5.2.1	Resultado inflacionario.....	272
5.2.2.	Principales aspectos de la inflación.	272
5.2.3.	Inflación en Bienes, Servicios y Renta.	275
5.3.	Fluctuación del Tipo de Cambio.....	277

5.4.	Producto Interno Bruto	278
5.4.1.	Contexto mundial y regional.....	278
5.5.	Balanza Comercial	280
5.5.1.	Evolución del Comercio Exterior de Paraguay.....	280
5.5.2.	Exportaciones.....	280
5.5.3.	Importaciones.....	283
5.6.	Superávit o Déficit Fiscal.....	283
5.7.	Salario mínimo.....	286
5.8.	Tasa de desempleo.....	286
5.8.1.	Tasa de Desocupación (Desempleo Abierto).....	286
5.8.2.	Tasa de Subocupación por Insuficiencia de tiempo de trabajo.....	287
5.9.	Conclusión del capítulo económico con respecto al plan de negocios.	288
6.	CAPÍTULO VI - PLAN FINANCIERO.....	291
6.1.	Introducción al Capítulo del Plan Financiero.	291
6.2.	Información relevante del Plan Financiero.	291
6.2.1.	Inversiones	291
6.2.2.	Cronograma de inversión.....	291
6.2.3.	Depreciaciones y amortizaciones.....	292
6.2.4.	Servicio de la Deuda.	292
6.2.5.	Mano de Obra.	292
6.2.6.	Cronograma de Producción y Ventas	293
6.2.7.	Ingresos por Ventas.....	293
6.2.8.	Costos totales	293
6.2.8.1.	Costos de Producción.....	293
6.2.8.2.	Costos Variables	294
6.2.8.3.	Costos Fijos.....	294
6.2.8.4.	Margen de contribución.	294
6.2.9.	Punto de Equilibrio	294
6.2.10.	Capital de Trabajo.....	295
6.2.11.	Estado de Resultados.	295
6.2.12.	Flujo de Caja Proyectado	295
6.2.12.1.	Valor Actual Neto (VAN).....	296
6.2.12.2.	Tasa Interna de Retorno (TIR)	296
6.2.12.3.	Tasa de Descuento (TD)	296
6.2.12.4.	Tasa de Riesgo.	296
6.2.13.	Balance Proyectado.....	297
6.2.14.	Ratios Financieros.....	297
6.2.14.1.	Ratios de Liquidez	297
6.2.14.2.	Ratios de Solvencia.....	298
6.2.14.3.	Ratios de Gestión.	298
6.2.14.4.	Ratios de Rentabilidad.	298
6.3.	Cuadros Financieros.....	299
6.3.1.	Cuadro 1. Inversiones.	299
6.3.2.	Cuadro 2. Cronograma de inversión	302
6.3.3.	Cuadro 3. Depreciaciones y amortizaciones	303
6.3.4.	Cuadro 4. Servicio de la Deuda.	304

6.3.5.	Cuadro 5. Mano de Obra.....	305
6.3.6.	Cuadro 6. Cronograma de ventas en cantidades	306
6.3.7.	Cuadro 7. Ingresos por Ventas.....	307
6.3.8.	Cuadro 8. Costos totales	308
6.3.9.	Cuadro 9. Punto de equilibrio.	309
6.3.10.	Cuadro 10. Capital de Trabajo.	310
6.3.11.	Cuadro 11. Estado de Resultados con financiamiento.....	311
6.3.12.	Cuadro 12. Estado de Resultados sin financiamiento.	312
6.3.13.	Cuadro 13. Flujo de Caja Proyectado con financiamiento.....	313
6.3.14.	Cuadro 14. Flujo de Caja Proyectado sin financiamiento.....	314
6.3.15.	Cuadro 15. Origen y aplicación de fondos con financiamiento.....	315
6.3.16.	Cuadro 16. Origen y aplicación de fondos sin financiamiento.	316
6.3.17.	Cuadro 17. Balance Proyectado con financiamiento.	317
6.3.18.	Cuadro 18. Balance Proyectado sin financiamiento.	318
6.3.19.	Cuadro 19. Ratios Financieros.	319
6.4.	Conclusiones del Capítulo Financiero.	320
	Bibliografía.....	321
	ANEXOS.....	324

INTRODUCCIÓN

Este plan de negocios consiste en la comercialización y distribución de alimentos y artículos de limpieza a las empresas navieras. En los últimos años, el dinamismo económico y la intensificación del movimiento comercial a través de la hidrovía han posibilitado el surgimiento de nuevos puertos, casi todos privados, así como la modernización de los antiguos.

En Paraguay los puertos más importantes son Asunción y Pilar. Varias empresas instalaron sus propios puertos en diferentes zonas. La empresa J&C Provisiones Navales S.R.L ha tomado en cuenta estas oportunidades para poder abastecer a los remolcadores en los respectivos puertos. El puerto de Asunción es uno de los más importantes donde la mayoría de los remolcadores se abastecen para continuar sus respectivos viajes.

La empresa J&C Provisiones Navales S.R.L ofrecerá de manera directa a las empresas navieras para el abastecimiento de alimentos y artículos de limpieza y distribución hasta los remolcadores con los que cuentan las empresas navieras.

Analizando estos factores J&C Provisiones Navales S.R.L ha decidido instalarse en el mercado para satisfacer las necesidades de las empresas navieras para abastecer a sus remolcadores.