

Ingeniería Comercial

TS Cleaning Services

Tamara Magali Solís Villalba

Asunción – Paraguay

2020

ÍNDICE

Índice.....	4
Índice de Figuras	6
Índice de Tablas	7
Índice de Cuadros	7
Índice de Gráficos	8
Introducción	9
Resumen Ejecutivo	10
CAPITULO I	11
1.1- Descripción de la empresa:	11
1.2- Visión	11
1.3- Misión	12
1.4- Valores	12
1.5- Objetivos	13
1.6- Localización.....	13
CAPITULO II	16
2.1- Proceso de Apertura del Negocio	16
2.1.1- Escritura de Constitución y Aporte de Capital:	19
2.1.2- Depósito de Garantía en un Banco Oficial	20
2.1.3- Inscripciones en los Registros Públicos	20
2.1.4- Matrícula de Comerciante	21
2.1.5- Obtención del Registro Único del Contribuyente	21
2.1.6- Rubrica de libros contables	22
2.1.7- Reserva Legal	24
2.1.8- Publicación	24
2.1.9- Utilización del sistema contable	25
2.1.10- Inscripción en el Instituto de Previsión Social	25
2.1.11- Inscripción en el Ministerio de Justicia y Trabajo	26
2.1.12- Apertura en la municipalidad de Asunción.	28
2.1.13- Marcas y Patentes	29
CAPITULO III	34
3.1- Macroeconomía:	34
Tasa de desempleo:	34
Producto Interno Bruto (P.I.B)	35
Valoración del dólar:	35
Tasa de Inflación:	36
Variación del salario mínimo:	37
3.2- Microeconomía:	38
Elasticidad de Oferta:	39
Elasticidad de la Demanda:	40
CAPITULO IV	41

4.1- Estructura organizativa:	41
Tipos de Estructura.	41
Estos tipos de configuraciones son:	41
Mecanismos de Coordinación y Control Según Mintzberg.....	42
4.2- Organigrama.	45
Estructura de TS Cleaning Services S.R.L.	46
4.3- Estrategias de recursos humanos.	46
4.4- Manual de Organización y Funciones	48
4.5- Manual de Procedimientos.	78
4.6- Fluxograma	85
4.7- Layout	90
4.8- Definiciones básicas de contabilidad.	90
CAPITULO V	94
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	94
5.1- Objetivo general de investigación.	94
5.2- Establecer el/los objetivos de la investigación.	94
Objetivos y requerimientos.	94
Objetivos Cognitivos:	95
Objetivos Afectivos:	95
Objetivos comportamentales de la demanda	95
Objetivos Sociodemográficos	96
5.3- Tipos de Investigación	96
INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA:	96
INVESTIGACIÓN CONCLUYENTE:	98
5.4- Procedimiento de recolección de datos	100
5.5- Determinación del plan y tamaño de la muestra	107
PASO 1- Definir la población: En este paso se define la población a ser analizada.	107
PASO 2- Identifique el marco muestral: del cual se seleccionará la muestra.	107
PASO 3- Determinar el tamaño de la Muestra.	108
PASO 4- Procedimiento de muestreo:	110
PASO 5- Seleccionar muestra.	111
5.6- Recolección de los datos	111
5.7- Análisis de datos	111
5.8- Conclusiones	133
5.9- Valorizar el costo de la investigación de mercados	133
PRINCIPALES COMPETIDORES	134
ANALISIS DE LA ESTRUCTURA COMPETITICA DEL SECTOR (MICHAEL PORTER)	135
Competencia potencial:	136
Rivalidad entre competidores:	136
Poder de negociación de proveedores	137
Poder de Negociación de los clientes	137

Amenazas de productos sustitutos.....	138
CAPITULO VI	139
PLAN DE MARKETING	139
6.1- Análisis FODA	139
Fortalezas	139
Oportunidades	139
Debilidades	139
Amenazas	139
Matriz FODA:	140
MARKETING ESTRATEGICO	141
6.2- Estrategias según Igor Ansoff	141
6.3- Estrategias según Michael Porter	142
MARKETING OPERATIVO	143
Producto	143
Precio	146
Distribución.	147
Promoción.	147
Personal Interno.	148
Procesos Internos.	148
Evidencia Física.	149
CAPITULO VII	150
ASPECTOS OPERACIONALES	150
7.2- Proceso de Producción:	151
7.3- Principales Proveedores:	152
CAPITULO VIII	153
RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	153
8.1- Impacto Ambiental:	154
Normatividad ambiental	154
8.2- Impacto Socioeconómico:	156
8.3- Impacto Cultural	157
8.4- Aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto:	158
CAPITULO IX	159
PLAN DE EXPANSIÓN	159
9.1- Objetivos de Expansión	159
9.1.1- Diversificando el mercado, cuando ya se logró madurar el mercado en el que se está, se puede buscar otros.	159
9.1.2- Riesgos de la Expansión	159
9.1.3- Plan Estratégico de Salida	160
9.1.4- Imagen de marca	161
9.1.5- Mapa de Riesgo	162
CAPITULO X	163
ASPECTO FINANCIERO	163

10.1- Cuadro 1: Inversiones.	163
10.2- Cuadro 2: Cronograma de Inversión y Financiamiento	164
10.3- Cuadro 3: Depreciaciones y Amortizaciones	165
10.4- Cuadro 4: Servicio de Deuda	166
10.5- Cuadro 5: Mano de Obra	167
10.6- Cuadro 6: Cronograma de Producción y Ventas	168
10.7- Cuadro 7: Ingresos por Venta	169
10.8- Cuadro 8 Costos Totales:	170
10.9- Cuadro 9: Punto de Equilibrio	171
10.10- Cuadro 10 Capital de Trabajo	171
10.11- Cuadro 11 Estado de Resultado con Financiamiento	172
10.12- Cuadro 12 Estado de Resultado sin Financiamiento	173
10.13- Cuadro 13 Flujo de Caja Proyectado con Financiamiento	174
10.14- Cuadro 14 Flujo de Caja Proyectado sin Financiamiento:	175
10.15- Cuadro 15 Origen y Aplicación de Fondos con Financiamiento.	176
10.16- Cuadro 16 Origen y Aplicación de Fondos Sin Financiamiento:	176
10.17- Cuadro 17 Balance Proyectado con Financiamiento.....	176
10.18- Cuadro 18 Balance Proyectado sin Financiamiento:.....	178
10.19- Cuadro 19 Ratios Financieros:	178
Conclusión.	180
Recomendación.	181
Bibliografía.	182
ANEXOS	184
ANEXO 1: Escritura de Constitución	185
ANEXO 2: DGRP	189
ANEXO 3: DGRP	190
ANEXO 4: SET	191
ANEXO 5: Rubricación de Libros Contables	192
Anexo 6: Modelo de encuesta	193
Anexo 8: Cuadros Financieros.	197

RESUMEN

TS Cleaning Services es una empresa dedicada al servicio de Limpieza en distintos tipos de escenarios desde empresas hasta post eventos.

El siguiente trabajo investigado consta de 11 capítulos en los cuales se desarrollan los contenidos a ser utilizados y se desglosan de la siguiente manera.

Capítulo 1: La Descripción de la empresa, mencionando su Visión, Misión, Valores, Objetivos, Localización y Ventaja Competitiva.

Capítulo 2: 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.

Capítulo 3: Incluye el aspecto económico del entorno, se detallan indicadores económicos del país donde se hará apertura de la empresa, Producto interno Bruto (PIB), fluctuación del tipo de cambio, Tasa de Inflación, Microeconomía.

Capítulo 4: 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.

Capítulo 5: 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.

Capítulo 6: 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.

Capítulo 7: Mencionamos los aspectos Operacionales, como proceso de producción y proveedores.

Capítulo 8: La Responsabilidad social y ambiental del proyecto.

Capítulo 9: Desarrolla los puntos financieros claves tales como; Plan de Expansión y sus riesgos.

Capítulo 10: Aspectos Financieros con los 19 cuadros correspondientes.

Capítulo 11: Los Aspectos Contables del Proyecto.