

**Administración de Empresas**

**Centro de Lubricantes RG S.R.L.**

**Ricardo Andrés Guerrero Rodríguez**

**Asunción - Paraguay**

**2017**

## INDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>Concepto del Negocio</b>	
1.1 Descripción de la empresa	3
1.1.1 Misión	3
1.1.2 Visión	3
1.1.3 Valores	3
1.1.4 Objetivos	4
1.1.5 Estructura	6
1.1.6 Localización	7
1.2 Necesidades de los clientes	10
1.2.1 Objetivos de la investigación y requerimientos de información	10
1.2.2 Diseño de investigación y fuente de datos	12
1.2.3 Procedimiento de recolección de datos	14
1.2.4 Diseño de la muestra	24
1.2.5 Análisis de datos	26
1.2.6 Presentación de los resultados	35
1.3 Descripción del producto	36
1.4 Ventaja competitiva	39
1.5 Análisis situacional	40
<b>CAPITULO II</b>	
<b>Aspectos Jurídicos</b>	
2.1 Denominación	44
2.2 Requisitos para la apertura	45
2.3 Plan Fiscal	47
2.4 Presupuesto jurídico inicial	50
2.5 Acta de constitución	53
<b>CAPITULO III</b>	
<b>Economía</b>	
3.1 Macroeconomía	59
3.2 Microeconomía	64
<b>CAPITULO IV</b>	
<b>Análisis de Mercado</b>	
4.1 Análisis de la oferta	69
4.2 Análisis de la demanda	72
4.3 Análisis de las 5 fuerzas de Porter	74
<b>CAPITULO V</b>	
<b>Plan Administrativo</b>	
5.1 Estructura organizativa	81
5.2 Diseño de la superestructura	82
5.3 Estrategias operativas	84
5.4 Estrategias de recursos humanos	89
5.5 Manual de organización y funciones	92
5.6 Manual de procedimientos	101

5.7 Fluxogramas	106
5.8 Layout	111
<b>CAPITULO VI</b>	
<b>Plan de Marketing</b>	
6.1 Misión y Visión	116
6.2 Situación de Mercado y competencia	117
6.3 Segmentación de mercado	119
6.3.1 Macrosegmentación	119
6.3.2 Microsegmentación	119
6.4 Estrategia de marketing	121
6.5 Mix de Marketing Operativo	123
<b>CAPITULO VII</b>	
<b>Plan Operacional</b>	
7.1 Infraestructura y equipos necesarios	129
7.2 Proceso de operación	131
7.3 Principales proveedores	132
<b>CAPITULO VIII</b>	
<b>Plan Financiero</b>	
8.1 Cuadros Financieros	136
8.2 Tasa de Corte	145
8.3 Tiempo de Recuperación del Capital	146
8.2 Resumen de los cuadros financieros	149
<b>CAPITULO IX</b>	
<b>Responsabilidad Social Empresarial</b>	
9.1 Impacto Ambiental	152
9.2 Impacto Socio- Económico	153
9.3 Impacto Cultural	154
<b>CAPITULO X</b>	
<b>Plan de Expansión</b>	
10.1 Riesgos Internos	156
10.2 Riesgos Externos	157
10.3 Planes de Salida	159
<b>Conclusión</b>	<b>160</b>
<b>Anexos</b>	<b>161</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>171</b>

## RESUMEN

El Centro de Lubricantes RG S.R.L es un proyecto hecho con el fin de demostrar el proceso para la puesta marcha de una empresa comercial y todos los detalles a tener en cuenta para lanzarse al mercado con conocimiento tanto de los riesgos como de los beneficios implicados.

La misma estará localizada en la Ciudad de San Lorenzo y se dedicará a la venta de lubricantes y filtros para vehículos, así como también al servicio de mantenimiento por la compra de dichos productos.

En este proyecto se detallan datos que van desde un Plan de Marketing, Plan Administrativo y hasta un Plan Financiero siendo éstos de gran ayuda a la hora de tomar decisiones para la puesta en marcha de la empresa.

El Proyecto está compuesto de diez capítulos, los cuales están desarrollados de la siguiente manera:

Capítulo I, en él se describe el concepto del negocio, la misión y visión de la empresa, así como sus objetivos, necesidades de los clientes, descripción del producto, la ventaja competitiva y el análisis situacional.

Capitulo II, se describen los aspectos jurídicos a tener en cuenta para la apertura y puesta en marcha de la empresa.

Capitulo III, en este capítulo se hace el estudio de la economía del país teniendo en cuenta la macroeconomía y sus variables, así como también la microeconomía, haciendo un estudio de la Elasticidad de la demanda y de la oferta.

Capitulo IV, en este capítulo se hace un análisis del mercado, análisis de la oferta y de la demanda y un análisis de las cinco fuerzas de Porter.

Capítulo V, esta parte se ocupa del Plan administrativo para la formación de la empresa, incluye el organigrama, manual de funciones y procedimientos, fluxogramas y layout.

Capítulo VI, se describe el Plan de marketing, incluye un plan de marketing estratégico, teniendo en cuenta la micro y macro segmentación y estrategias de Porter y Ansoff, también incluye un plan de marketing operativo, teniendo en cuenta en este caso las 7 P del servicio.

Capitulo VII, en este capítulo se describe el Plan operacional de la empresa, es decir, la infraestructura y equipos necesarios con que contará la empresa para su funcionamiento, también describe la forma de operar y los distintos proveedores que trabajarán con la misma

Capitulo VIII, es la parte del Plan financiero de la empresa, se detallan doce cuadros donde especifican los montos necesarios para la puesta en marcha y también si es conveniente o no financiar a través de un Banco.

Capítulo IX, este capítulo habla sobre la Responsabilidad Social Empresarial que tendrá la empresa en los aspectos que abarcarán el impacto ambiental, impacto socio- económico y el impacto cultural que ejercerá en la zona donde estará ubicada y a nivel país.

Capitulo X, se tratará sobre el Plan de expansión que podrá llevar a cabo la empresa y hace un estudio sobre los posibles riesgos internos y externos que podrían influir en el crecimiento y los planes de salida en caso que exista algún fracaso.