

Ingeniería Comercial

**“Todo Parabrisas S.R.L.”
Calidad y rapidez a tu alcance**

María Julieta Osorio Zalazar

**Asunción – Paraguay
2020**

ÍNDICE

Dedicatoria.....	1
Agradecimiento.....	ii
Resumen Ejecutivo	iii
Introducción	v
1. Jurídico.....	2
1.1 Introducción a la Idea del Proyecto.....	2
1.2 Requerimientos jurídicos de acuerdo al tipo de sociedad a construirse.	2
1.2.1 Tipo de sociedad.....	3
1.2.2 Constitución jurídica.....	6
1.2.3 Escritura de constitución y Aporte de Capital	6
1.2.4 Inscripciones Registro Público de Comercio.....	9
1.2.5 Inscripción en el registro Público de Personas Jurídicas Asociaciones.....	10
1.2.5.1. Publicación en la Gaceta Oficial.....	10
1.2.6 . Personas y Estructuras Jurídicas y de Beneficiarios Finales.	11
1.2.7 Inscripción en la dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (R.U.C) ...	17
1.2.8 Matrícula.....	19
1.2.9 Apertura en la municipalidad de Asunción.	20
Patente Comercial.....	20
1.2.10 Licencia Comercial.....	23
1.2.11 Rubrica de Libros	26
1.2.12 Ministerio de Trabajo Empleos y Seguridad Social.	28
1.2.13 Instituto de Prevención Social (I.P.S).....	29
1.2.14 Ministerio de Industria y Comercio .Marcas .Dirección de propiedad intelectual (registro de marcas).....	30
1.2.15 Cuadro de Gastos Totales en Trámites Jurídicos.....	32
2. Investigación de Mercados	35
2.1 Objetivo general de investigación.	35
2.2 Objetivos y Requerimientos.....	35
2.3 Tipos de investigación.....	38
2.3.1 Investigación Exploratoria.....	38
2.3.2 Investigación Concluyente	38
2.4 Procedimiento de recolección de datos.....	40
2.4.1 Diseño de recolección de datos.	41
2.5 Determinación de la muestra.....	50
Los 5 pasos para la determinación del tamaño de la muestra.	51
Paso 1: Definir la Población	51
Paso 2: Identificar el marco muestral.....	51
Paso 3: Determinar el tamaño de la Muestra.	52
Paso 4. Seleccionar el Procedimiento de muestreo:.....	54
Paso 5. Seleccionar muestra.....	56
2.6 Codificación y Tabulación.	56
Cuadros de Codificación.....	60

Codificación.....	60
2.7 Análisis de Datos.....	61
2.8 Conclusión/Informes.	77
2.9 Costo de la investigación de mercado.	79
3. Lineamiento Estratégico	81
3.1 Análisis de la macro segmentación.	81
3.1.1 Mercado De Referencia.	81
Misión:.....	84
Visión:.....	84
3.2 Ciclo de vida del producto o servicio.....	85
Etapa de introducción.	85
Etapa de crecimiento.....	85
Etapa de madurez.....	85
Etapa de declive.	86
3.3 Análisis de la demanda.....	87
3.3.1 Calculo de la demanda Global.....	87
3.3.2 Calculo del mercado Potencial Absoluto.....	88
3.3.3 Cuota de mercado.	89
3.3.4 Estimación de Ventas	90
Cálculo de Estimación de Venta – 1º Año de “Todo Parabrisas S.R.L.”	90
3.3.5 Cálculo de la Estimación de Ventas del Proyecto- 5 AÑOS “Todo Parabrisas S.R.L.”	90
3.4 Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter	91
Las 5 fuerzas de Porter son las siguientes:.....	91
Poder de Negociación de los clientes:	91
Poder de negociación de proveedores:.....	92
Amenaza de nuevos competidores:.....	93
Rivalidad entre competidores:	93
Amenazas de productos sustitutos:	94
Resumen.....	95
3.5 Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.	96
3.6 Atributos de Diferenciación.	97
4. Plan de Marketing.	100
4.1 Variables controlables.	101
4.1.1 Producto.....	101
4.1.2 Precio.	104
4.1.3 Distribución.	107
4.1.4 Promoción.....	108
4.1.5 Evidencia Física.....	109
4.1.6 Personal Interno.....	111
4.1.7 Procesos Internos.....	111
4.2 Variables No Controlables.	112
4.2.1 Competencia.	113
4.2.2 Consumidores.	114
4.2.3 Entorno.	115

4.3 Listado Plano.....	116
4.4 Matriz de Interacción	119
4.5 Análisis FODA.....	121
4.6 Objetivos del Plan de Marketing.....	125
4.6.1 Objetivo 1.	125
4.6.2 Objetivo 2.	130
Cuadro de Venta Estimada objetivo N°2.	134
Resumen del presupuesto final del Objetivo N° 2.	134
4.6.3 Objetivo 3.	134
Cuadro de gastos para la preparación del sorteo para fin de año.....	137
Cuadro de Venta Estimada objetivo N°3.	137
Cuadro de Proyección de ventas en base a los objetivos del Plan de Marketing.....	137
Proyección estimada de facturación.....	137
5. Administrativo.	140
5.1 Lineamiento estratégico.	140
5.1.1 Visión.....	140
5.1.2 Misión.....	140
5.2 Plan de administración.	140
5.2.1 Análisis Situacional – Matriz FODA.....	140
5.2.2 Variables Controlables.	140
5.3 Variables no controlables.	142
5.4 MATRIZ DE INTERACCIÓN.	145
5.5 Matriz FODA.	147
5.6 Objetivo 1.....	151
5.7 Objetivo 2.....	154
Cuadro Resumen de Costo de Implementación del Plan de Administrativo por cada Objetivo	159
5.8 Estructura Organizacional.	159
Tipos de Estructura.	159
Mecanismos de Coordinación y Control Según Mintzberg.....	162
5.8.1 Organigrama.	164
5.9 Localización de la Empresa u Organización.	166
5.9.1 Métodos de los factores ponderados.....	167
5.9.2 Macro localización.	168
5.9.3 Micro localización.	169
Cuadro de Factores Ponderados.....	169
5.9.4 Activos Fijos.....	170
5.9.5 Layout.....	172
5.9.6 Manual de funciones.....	173
5.9.7 Manual de procedimientos.....	181
5.9.8 Fluxogramas.	185
5.9.9 Recursos humanos.	189
Procesos de Recursos Humanos.....	190
Reclutamiento y selección del personal.....	190
Contratación.....	192

Capacitación.....	192
Mano de obra.	192
Salario.	193
Vacaciones.	194
Bonificación Salarial.....	195
Código Laboral.	195
Aguinaldo.....	196
5.10 Medidas preventivas Sanitarias para la prevención del COVID-19.	197
5.10.1 ¿Qué es un coronavirus?.....	197
5.10.2 ¿Qué es la COVID-19?.....	197
5.10.3 ¿Cuáles son los síntomas de la COVID-19?.....	198
5.11. Medidas preventivas Sanitarias estrictas para el Plantel de Colaboradores de Todo Parabrisas.	198
Cuadro de Mano de obra.....	204
5.11 Análisis de estructura de costos.	206
Cuadro de estructura de costos.	206
Cuadro de distribución de costos de servicios públicos primer año.	207
Cuadro de costo de Inspección Técnica Vehicular.	213
Gastos Administrativos – Mantenimiento y reparaciones de activos fijos.....	214
Costo operativo – Mercaderías para venta e insumos.....	214
Costo Operativo - Gasto Administrativo – Gasto de Ventas: Salarios por cada departamento.....	215
Costos Operativos – Gastos Administrativos – Alquiler de inmueble (oficina).....	216
5.12 Identidad Corporativa.....	223
5.12.1 El logo de “Todo Parabrisas S.R.L.”	224
5.12.2 Papelería.	225
Sobre y Manila Membretada.....	226
Tarjetas.....	227
Remeras.....	228
Facturas.....	229
5.12.3 Resumen de la Inversión – Imagen Corporativa.	229
6. Aspecto económico.....	232
6.1 Producto Interno Bruto (P.I.B).....	232
6.2 Balanza Comercial (Importación/Exportación).	233
Exportaciones.....	234
Importaciones.....	235
6.3 Fluctuación del tipo de cambio.	235
6.4 Comportamiento de la reserva monetaria.....	237
6.5 Déficit fiscal.	241
6.6 Inflación.	242
7. Aspecto Financiero.	245
Cuadro 1: Inversiones.	245
Cuadro 2: Cronograma de Inversión y Financiamiento:.....	248
Cuadro 3: Depreciaciones y Amortizaciones:.....	248
Cuadro 4: Servicio de Deuda:.....	250

Cuadro 5: Mano de Obra:	251
Cuadro 6: Cronograma de Producción y Ventas:	252
Cuadro 7: Ingresos por Venta:	253
Cuadro 8. Costos Totales:.....	254
Cuadro 9. Punto de Equilibrio:	256
Cuadro 10. Capital de Trabajo:.....	256
Cuadro 11. Estado de Resultado con Financiamiento:	258
Cuadro 12. Estado de Resultado sin Financiamiento:	259
Cuadro 13. Flujo de Caja Proyectado con Financiamiento:	259
Cuadro 14. Flujo de Caja Proyectado sin Financiamiento:.....	260
Cuadro 15. Origen y Aplicación de Fondos con Financiamiento.....	261
Cuadro 16. Origen y Aplicación de Fondos Sin Financiamiento:	262
Cuadro 17. Balance Proyectado con Financiamiento:	263
Cuadro 18. Balance Proyectado sin Financiamiento:	264
Cuadro 19. Ratios Financieros:.....	265
Conclusión	267
Recomendación.....	269
Bibliografía.	270
Anexos	273

RESUMEN

Todo Parabrisas es una empresa dedicada a la venta e instalación de parabrisas para distintos tipos de vehículos.

El siguiente trabajo investigado consta de 7 capítulos en los cuales se desarrollan los contenidos a ser utilizados y se desglosan de la siguiente manera.

Capítulo 1: 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 2: 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 3: Se desarrolla el lineamiento estratégico, se define el mercado de referencia, análisis de la micro segmentación, análisis de la demanda, se proyecta el plan de ventas, análisis de las cinco fuerzas de Porter, evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff, y se identifica los atributos de diferenciación. El plan de Marketing permite cumplir los objetivos propuestos por los emprendedores, el plan cuenta con dos elementos, Marketing Estratégico y Marketing Táctico.

Capítulo 4: 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 5: 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 6: Incluye el aspecto económico del entorno, se detallan indicadores económicos del país donde se hará apertura de la empresa, Producto interno Bruto (PIB), balanza comercial (importación/exportaciones), fluctuación del tipo de cambio, Comportamiento de la reserva monetaria, Superávit o déficit Fiscal e Inflación. El Plan Financiero es el eje de todo plan de negocios, debe dar al lector una visión muy completa acerca del potencial de la compañía, su rentabilidad, sus requerimientos de inversión y los riesgos financieros involucrados.

Capítulo 7: Desarrolla los puntos financieros claves tales como; Proyección de ingresos, Proyección de Costos y Gastos, Inversiones necesarias y Financiación, Estado de Resultados, Flujo de Caja proyectado, Período de recupero de la Inversión, Rentabilidad del Negocio, Capital de trabajo requerido (bruto y neto), Punto de equilibrio (contable y financiero), Detalle tasa de corte o costo de oportunidad, Fuentes y usos de fondos.