

Ingeniería Comercial

Makita Store S.R.L.

Renny Loidol

**Asunción - Paraguay
2019**

ÍNDICE

Capítulo I Jurídico.....	20
1.1 Introducción a la idea del proyecto	21
1.2 Requerimientos Jurídicos.....	21
1.2.1. Nombre o Razón Social	21
1.2.2 Tipo de Sociedad:.....	21
1.2.3 Constitución Jurídica	22
Escritura de Constitución	22
Documentos requeridos:	23
Tabla 1-1 Cuadro de resumen de los costos incurridos por honorarios del escribano según capital.....	23
Tabla 1-2 Cuadro de resumen de los costos incurridos para constituir a la empresa.....	24
Inscripciones en el Registro Público de Comercio.	24
Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones.....	24
Tabla 1-3 Cuadro de resumen de los costos incurridos para el Registro Publico de Comercio.....	26
Matricula del Comerciante.....	26
Tabla 1-4: Inscripción del Comerciante.....	27
Rubrica de Libros Contables.....	27
Tabla1-5: Rubrica de Libros Contables.....	28
Inscripción en el Ministerio de Hacienda (R.U.C.).....	29
Apertura en la Municipalidad de Asunción.....	31
Tabla 1-6: El impuesto de patente anual se pagará conforme a la siguiente escala	32
Tabla 1-7: Apertura de la Municipalidad.....	33
Instituto de Previsión Social (IPS).....	33
Tabla 1-8: Inscripción en el Instituto de Previsión Social.....	34
Ministerio de Justicia y Trabajo (M.T.E.S.S.).	34
Tabla 1-9 Cuadro de resumen de los costos incurridos (M.T.E.S.S.).....	35
Dirección de propiedad intelectual (registro de marcas).	36
Tabla 1-10: Registro de Marcas.....	36
Resumen General de Costos.....	37
Tabla1-11: Resumen General de Costos.....	37
1.3 Localización de la empresa u organización.....	37
Localización	38
Tabla 1-12: Cuadro de Factores Ponderados.....	39
Capitulo II Investigación de Mercados.....	41
Investigación de Mercado.....	42
2.1.- Objetivo general de la Investigación.....	42
Objetivo General Makita Store S.R.L.....	42
2.2. Objetivos y Requerimientos.....	43
Objetivos Afectivos:	43
Objetivos Comportamentales:.....	43
Objetivos Cognitivos:	43

2.2.1. Objetivos Sociodemográficos:.....	43
2.2.2. Objetivos Comportamentales.....	43
2.2.3. Objetivos Afectivos	45
2.2.4. Objetivos Sociodemográficos.....	45
2.3 Definir tipos de investigación a utilizarse:	45
2.3.1. Investigación Exploratoria.....	46
Fuente de Datos.....	46
Existen dos tipos de datos.....	46
Técnicas de Recolección de Datos	46
2.3.2. Investigación Concluyente – Probabilística.....	48
Método Descriptivo: Cuestionario Estructurado.	48
2.4- Desarrollar el procedimiento de recolección de datos (Diseño del Cuestionario).....	49
Encuesta.....	58
2.5. Procedimiento del tipo de Investigación y tipo de muestra	63
2.5.1. Definir la población	64
2.5.2. Definir el marco muestral	65
Tabla 2-1. Marco Muestral de la Investigación 90 empresas	65
2.5.3. Tamaño de la Muestra	73
2.5.4. Procedimiento de muestreo - Aleatorio Simple.	74
Muestreo Probabilístico.....	78
Muestreo No Probabilístico	78
Procedimiento de Muestreo no Probabilístico	79
Muestreo por Conveniencia.....	79
2.5.5. Selección de la muestra.	79
2.7 Análisis de datos.....	80
Tabla 2.2 si compra herramientas eléctricas	80
Gráfico 2.1 si compra herramientas eléctricas	80
Tabla 2.3 donde compra herramientas eléctricas	81
Gráfico 2.2 donde compra herramientas eléctricas	81
Tabla 2.4 Frecuencia de compra	82
Gráfico 2.3 Frecuencia de compra	82
Tabla 2.5 Cuanto Invierte al comprar.....	83
Gráfico 2.4 Cuanto Invierte al comprar.....	83
Tabla 2.6 Tipos de herramientas que compra	84
Gráfico 2.5 Tipos de herramientas que compra	84
Tabla 2.7 Atributo mejor valorado al comprar	85
Tabla 2.8 Si alquila herramientas eléctricas.....	85
Gráfico 2.6 Si alquila herramientas eléctricas.....	86
Tabla 2.9 De que empresa alquila.....	86
Gráfico 2.7 De que empresa alquila.....	87
Tabla 2.10 Cada cuanto alquila	87
Gráfico 2.8 Cada cuanto alquila	88
Tabla 2.11 Cuanto invierte al alquilar	88
Gráfico 2.9 Cuanto invierte al alquilar	89
Tabla 2.12 Tipos de herramienta que alquila.....	89

Gráfico 2.10 Tipos de herramienta que alquila.....	90
Tabla 2.13 Atributo mejor valorado al alquilar.....	90
Tabla 2.14 Si alquila herramientas eléctricas.....	91
Gráfico 2.11 Si alquila herramientas eléctricas.....	91
Tabla 2.15 Cantidad de Sucursales con la que cuenta la empresa	91
Gráfico 2.12 Cantidad de Sucursales con la que cuenta la empresa	92
Tabla 2.16 Rubros a los que se dedica	92
Gráfico 2.13 Rubros a los que se dedica	93
Tabla 2.17 Cantidad de funcionarios con los que cuenta la empresa	93
Gráfico 2.14 Cantidad de funcionarios con los que cuenta la empresa	94
2.8 Informe sobre la investigación.....	94
Costo de la investigación de mercado	95
Capítulo III Plan de Marketing.....	96
3.1 Análisis de la Macro segmentación.....	97
3.1.1. Mercado de referencia.....	97
3.1.2. Mercado de referencia Makita Store S.R.L.	99
3.2 Análisis de la Microsegmentación.....	100
3.2.1 Análisis de la demanda.....	102
3.3. Análisis de la demanda Makita Store:.....	103
Tabla3.1 Demanda Global en Compra	103
Tabla3.2 Mercado Potencial Absoluto (Venta)	103
Tabla3.3 Cuota de Mercado (Venta).....	104
Tabla3.4 Demanda Global en (Alquiler).....	104
Tabla3.5 Mercado Potencial Absoluto (Alquiler).....	104
Tabla 3.6 Cuota de mercado (Alquiler)	105
Gráfico 3.1 de la estructura de la Demanda Global Venta/Alquiler	105
3.3.1. Demanda de la Empresa (Plan de Ventas).....	106
Tabla 3.7 Cronograma de Ventas.....	106
Tabla 3.8 Cronograma de Alquiler	108
Tabla 3.9. Ingreso por Alquiler.....	109
Tabla 3.10. Planilla Resumen de Ingresos.....	112
3.4 Análisis de las 5 Fuerzas Competitivas de Porter.....	113
Capítulo 4 Plan de Marketing.....	121
4.1- Plan de Marketing.....	122
4.2.- Análisis Situacional: FODA	122
4.2.1.- Análisis FODA de marketing.....	123
Variables Controlables.....	124
4.2.1.1. Producto/Servicio:.....	124
4.2.1.2. Precio:	126
Tabla 4.1. Lista de precios Venta.....	126
Tabla 4.2. Resumen Plan de Alquiler.....	127
4.2.1.3. Plaza o Distribución:.....	128
4.1.1.4. Promoción:.....	128
4.2.1.5. Personas:.....	130
4.2.1.6. Evidencia Física.....	131

4.2.1.7. Procesos:	132
Variables no controlables.....	132
4.2.2.1. Competencia	132
Tabla 4.3. Resumen Lista precio Promedio de la competencia	133
Tabla 4.3. Resumen Lista precio Alquiler Promedio de la competencia.....	134
4.2.2.2. Clientes.....	135
4.2.2.3. Entorno.....	135
4.2.2.4 Demanda.....	136
Listado Plano.....	136
Objetivos del plan de Marketing.....	142
Objetivo 1.....	142
Objetivo 2.....	143
Objetivo 3.....	144
Objetivo 4.....	145
Objetivo 5.....	146
Capítulo 5 Aspecto Administrativo	149
Capítulo V Administración.....	150
5.1 Lineamiento Estratégico.....	150
5.1.1. Declaración de la Visión	150
5.1.2. Declaración de la Misión.....	150
5.2 Plan de administración: (Dirección Media).....	150
5.2.1. Análisis Situacional – Matriz Foda.....	151
A) Descripción de Variables.....	151
➤ Variables controlables.....	151
Costos:.....	151
Recursos Humanos RR.HH:	151
Finanzas y Administración:.....	152
➤ Variables no controlables.....	152
Entorno Económico.....	152
Proveedores:	153
Competidores:.....	153
B) Listado plano.....	154
C) Matriz de Interacción.....	155
D) Matriz FODA	157
5.2.2. Objetivos del plan de Administración.....	158
5.2.2.1. Objetivo 1:.....	158
5.2.2.2. Objetivo 2:.....	159
5.2.2.3. Objetivo 3:.....	163
5.2.2.4. Objetivo 4:.....	164
5.3 Estructura Organizacional	167
5.3.1 Organigrama.....	167
Gráfico 4.1 Organigrama de la empresa Makita Store.....	167
Gráfico 4.2 Estructura organizacional según Mintzberg.....	169
Gráfico 4.3 Diagrama del núcleo operativo de Makita Store.....	170

Gráfico 4.4 Diagrama del Núcleo o Ápice Estratégico.....	171
Gráfico 4.5 Diagrama Línea Media.....	173
Gráfico 4.6 Diagrama Staff de Apoyo.....	175
5.3.2 Layout.....	175
5.3.3 Manual de Funciones.....	178
Identificación del Cargo – Junta de Socios.....	178
Identificaciones del Cargo – Gerente.....	178
Identificación del cargo – Jefe Comercial.....	179
Identificación del cargo – Encargado de Marketing.....	180
Identificación del cargo – Ejecutivo de Cuentas.....	181
Identificación del cargo – Jefe Administrativo.....	182
Identificación del cargo – Encargado de Tesorería	183
Identificación del cargo – Auxiliar Administrativo	184
Identificación del cargo – Chofer/Gestor.....	185
Identificación del cargo – Jefe de Logística.....	185
5.3.4 Manual de Procedimiento.....	186
5.3.5 Fluxograma.....	189
5.3.5.1 Pago a proveedores	189
5.3.5.2 Pago de salarios.....	190
5.3.5.3 Ventas	191
5.3.6 Recursos Humanos.....	191
Gráfico 5.1 Esquema de reclutamiento y proceso de selección de Recursos Humanos.	192
5.4. Activos Fijos.....	195
5.5 Análisis de estructura de costos.....	197
5.6 Plan de Cuentas.....	200
Capítulo 6 Aspecto Económico.....	204
6.1.- Aspecto Económico.....	205
6.2. Indicadores Económicos (www.bcp.gov.py).....	205
6.2.1. Producto interno Bruto (PIB)	205
6.2.3. Fluctuación del tipo de cambio.....	206
6.2.4. Comportamiento de la reserva monetaria	206
6.2.5. Superávit o déficit Fiscal	207
6.2.6. Inflación.....	208
Capítulo 7 Plan Financiero de la Empresa.....	210
7.1 Cuadros de inversiones.....	211
Tabla 7.1. Inversión de Activos Fijos.....	211
Tabla 7.2. Resumen de inversiones en activos fijos.....	211
Tabla 7.3. Resumen de los gastos de preinversion.....	213
7.1.2 Cuadro de cronograma de Inversiones.....	214
Tabla 7.4. Cronograma de Inversiones y Financiamiento.....	214
7.1.3 Cuadro de Depreciación.....	214
Tabla 7.5. Depreciación y Amortizaciones.....	214
7.1.4 Cuadro de Servicio de la Deuda	216
Tabla 7.6 Servicio de la Deuda – Largo Plazo.....	216

Tabla 7.7. Servicio de Deuda – Corto Plazo.....	217
Tabla 7.8 Cuadro Auxiliar de los servicios de Deuda.....	218
7.1.5 Cuadro de RRHH.....	218
Tabla 7.9 Mano de Obra.....	218
Tabla 7.10 Calculo Auxiliar de RRHH.....	219
7.1.6 Cuadro de Cronograma de producción.....	220
Tabla 7.11 Cronograma de Producción -Alquiler.....	220
7.1.7 Cuadro de Ingresos	222
Tabla 7.13 Ingresos por Alquiler	222
Tabla 7.14 Ingresos por Venta	224
Tabla 7.15 Resumen de Ingresos	226
7.1.8 Cuadro de Egresos.....	227
Tabla 7.16 Costos Totales.....	227
7.1.9 Cuadro de Punto de Equilibrio	229
Tabla 7.17 Punto de Equilibrio.....	229
7.1.10 Cuadro de Cálculo de Capital de Trabajo.....	230
Tabla 7.18 Capital de Trabajo.....	230
7.1.11Cuadro Estado de Resultado Proyectado con y sin financiamiento	231
Tabla 7.19 Estados de Resultados con Financiamiento	231
Tabla 7.20 Estados de Resultado sin Financiamiento	233
7.1.12 Cuadro de Flujo de Caja Proyectado con y sin Financiamiento	234
Tabla 7.21 Flujo de Caja con Financiamiento.....	234
Tabla 7.22 Flujo de Caja sin Financiamiento.....	235
7.1.13 Cuadro de Balance Proyectado con y sin Financiamiento	236
Tabla 7.23 Balance Proyectado con Financiamiento	236
Tabla 7.24 Balance Proyectado sin Financiamiento.....	238
7.1.14 Ratios Financieros.....	239
Tabla 7.25 Indicadores Financieros.....	239
Conclusión de los cuadros financieros.....	241
Bibliografía y anexos.....	243
Anexo-Encuesta.....	244
Anexo-Libro de Códigos	249

RESUMEN

Makita Store nace pensando en la necesidad de satisfacer las necesidades del rubro de la construcción específicamente en venta y alquiler de herramientas eléctricas para la construcción, vemos que no hay gran barrera a la hora de la creación de una empresa de esta índole.

Para la realización de la investigación de mercado se tuvo en cuenta la ciudad de Asunción apuntando a todas las empresas que se alojan en esta ciudad.

La empresa está situada en un lugar estratégico de fácil acceso para así satisfacer la rápida entrega, gracias a un estudio precio de localización por el método de criterios ponderados. En el estudio de la Micro segmentación se define que la empresa está en proceso de introducción y con miras a penetrar el mercado.

El capítulo 3 nos arroja con un resultado medio alto que es positivo, ya que entramos en un mercado ya existente.

En el capítulo 4 se establecieron objetivos de penetración para alcanzar el éxito del proyecto.

En el capítulo 5 establecemos los planes administrativos para alcanzar los mejores resultados, también establecemos el orden de la estructura organizacional de la empresa, por medio de organigramas, manual de funciones, flujogramas.

También en este capítulo se detalla los costos y gastos de los sectores de Administración.

El capítulo 6 no hace referencia a la situación de nuestro entorno social económico en la cual nuestra empresa Makita Store estará trabajando.

Para concluir la tesis el capítulo 7 contiene los cuadros de inversión, amortizaciones, depreciaciones, pagos de salarios, gastos diversos de la empresa, el balance de saldos, los flujos de caja, el porcentaje de financiación bancaria, y los índices financieros, que demuestran la rentabilidad de la empresa. Las utilidades comenzarían a percibirse a partir del tercer año.