

**Ciencias Contables y Administrativas**

**IMPECABLE LAVA AUTOS S.R.L.**

**Alumnos:**

**Víctor Pintos**

**Fabio Iván Cardozo Bogado**

**Asunción - Paraguay**

**2017**

# ÍNDICE

DEDICATORIAS .....	v
AGRADECIMIENTOS .....	vi
TABLA DE CONTENIDO .....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xviii
ÍNDICE DE IMÁGENES .....	xx
LISTA DE ABREVIATURAS .....	xxi
RESUMEN .....	1
INTRODUCCIÓN .....	2
CAPITULO 1 - ANTECEDENTES DEL PROYECTO .....	3
1.1.- Descripción de la empresa .....	3
1.1.1.- Misión .....	3
1.1.2.- Visión .....	3
1.1.3.- Valores .....	4
1.1.4.- Objetivos de la Empresa .....	4
1.1.4.1.- Objetivo General .....	4
1.1.4.2.- Objetivos Específicos .....	4
1.1.5.- Estructura Organizacional .....	4
1.1.6.- Localización .....	6
1.1.6.1.- Macrolocalización .....	7
1.1.6.2.- Microlocalización .....	9
1.2.- Estudio de Mercado .....	10
1.2.1.- Objetivo general de la investigación .....	10
1.2.2.- Análisis de la demanda .....	11
1.2.3.- Descripción de la muestra (sociodemográfico) .....	11
1.2.4.- Objetivos Afectivos y comportamentales .....	11
1.2.5.- Establecer los objetivos de la investigación .....	12
1.2.5.1.- Objetivos Cognitivos .....	12
1.2.5.2.- Objetivos Afectivos .....	12
1.2.5.3.- Objetivos Comportamentales .....	12
1.2.5.4.- Objetivos sociodemográficos .....	13
1.2.6.- Diseño de investigación y fuente de datos .....	14
1.2.7.- Investigación Exploratoria .....	14
1.2.8.- Diseño por Fuente de datos .....	14
1.2.9.- Diseño descriptivo .....	15
1.2.10.- Procedimiento de recolección de datos .....	15
1.2.11.- Método de recolección, procesamiento y análisis de datos .....	15
1.2.12.- Determinación del plan y tamaño de la muestra .....	20
1.2.13.- Análisis de los datos .....	24
1.2.14.- Conclusiones de la encuesta .....	37
1.3.- Descripción del producto .....	38
1.4.- Ventajas competitivas .....	39
1.5.- Análisis situacional de la empresa (FODA) .....	40

CAPITULO 2 - ASPECTOS JURÍDICOS DE LA EMPRESA .....	41
2.1.- Leyes.....	41
2.1.1.- Ley 1183/85 Código Civil .....	41
2.1.2.- Ley 213, Código Laboral .....	41
2.1.3.- Ley 1034/83, del Comerciante .....	42
2.1.4.- Inscripción en el Registro Público de Comercio. ....	42
2.1.5.- Rubricación de Libros .....	42
2.1.6.- De los libros de las sociedades: .....	43
2.1.7.- Por la naturaleza de la Sociedad deben llevar además otros libros .....	43
2.1.8.- Requisitos para su rubricación sistema manual .....	43
2.1.9.- Publicaciones .....	43
2.1.10.- Ley 1352/88, RUC, Ministerio de Hacienda .....	44
2.1.11.- Ley 881/81, Régimen Tributario Municipal .....	44
2.1.12.- Ley 125/91 y 2421/04 Régimen impositivo (IVA) .....	45
2.1.13 - Impuesto a la renta .....	46
2.1.14.- Sistema Contable .....	46
2.1.15.- Ley 1294/98, de Marcas .....	46
2.1.16.- Ley 836/80, Código Sanitario .....	46
2.2.- Descripción del proceso de inscripción de la empresa .....	47
2.2.1.- Razón Social .....	47
2.2.2.- Definición Legal de la Sociedad de Responsabilidad Limitada .....	47
2.2.3.- Inscripción en los registros públicos .....	47
2.3.- Requisitos para la inscripción de la empresa (S.R.L.).....	48
2.3.1.- Constitución de la Empresa .....	48
2.3.2.- Matrícula del Comerciante .....	48
2.3.3.- Inscripción en el Ministerio de Hacienda .....	49
2.3.4.- Inscripción en el Ministerio de Industria y Comercio .....	49
2.3.5.- Patente Municipal .....	50
2.3.6.- Requisitos para la obtención .....	50
2.3.7.- Rúbrica de libros contables .....	51
2.3.8.- Instituto de Previsión Social .....	52
2.3.9.- Ministerio de Justicia y Trabajo .....	53
2.3.10.- SUAE .....	53
2.3.10.1.- Personas Jurídicas .....	53
2.3.10.2.- Tipos de sociedades .....	54
2.4.- Plan fiscal de la empresa .....	54
2.5.- Presupuesto jurídico Inicial .....	55
2.6.- Escritura de Constitución .....	57
CAPITULO 3 - ASPECTOS ECONÓMICOS .....	62
3.1.- Macroeconomía .....	62
3.1.1.- PIB .....	63
3.1.2.- Variación del dólar .....	64
3.1.3.- Desempleo .....	65
3.1.4.- Inflación .....	66

3.1.5.- Variación del salario mínimo .....	67
3.2.- Microeconomía .....	68
3.2.1.- Elasticidad Oferta .....	68
3.2.2.- Elasticidad Demanda .....	70
CAPITULO 4 - ANÁLISIS DEL MERCADO .....	72
4.1.- Análisis de la Oferta .....	72
4.1.1.- Principales competidores .....	73
4.1.2.- Principales fortalezas y debilidades de los competidores .....	73
4.1.3.- Características que consignan de los competidores.....	73
4.2.- Análisis de la Demanda .....	74
4.2.1.- Cálculo de la demanda global .....	74
4.2.2.- Calculo del mercado potencial absoluto .....	74
4.2.3.- El crecimiento del segmento en el futuro .....	75
4.2.4.- Cuota de mercado y el volumen de las ventas .....	75
4.2.5.- Demanda del proyecto .....	75
4.3. Análisis de las 5 fuerzas de Porter .....	76
4.3.1.- Barreras de entrada .....	76
4.3.2.- Barreras de salida .....	77
4.3.3.- Poder de Negociación de los Proveedores .....	77
4.3.4.- Poder de Negociación de los Clientes .....	78
4.3.5.- Productos Sustitutos .....	79
4.3.6.- Rivalidad entre competidores .....	79
4.3.7.- Atractivo promedio de la industria .....	80
CAPITULO 5 - PLAN ADMINISTRATIVO .....	81
5.1.- Estructura Organizativa .....	81
5.2.- Diseño de la superestructura .....	81
5.3.- Diseño de Puestos .....	83
5.4.- Estrategias Operativas (reglamento y normas de la empresa) .....	84
5.4.1.- Reglamento interno.....	84
5.4.2.- Obligaciones Generales y Prohibiciones .....	86
5.4.3.- Disposiciones Finales .....	87
5.4.4.- Sanciones .....	88
5.4.5.- Otras obligaciones .....	89
5.4.6.- Normas de Aseo Personal y Seguridad Laboral .....	89
5.4.7.- Principios básicos de atención con calidad .....	90
5.4.8.- Reclutamiento.....	90
5.4.9.- Selección .....	91
5.4.10.- Contratación .....	91
5.4.11.- Inducción .....	91
5.4.12.- Capacitación .....	92
5.4.13.- Evaluación de desempeño .....	92
5.4.14.- Desvinculación .....	92
5.5.- Estrategia de recursos humanos, mano de obra estimada y Beneficios .....	93
5.6.- Manual de organización y funciones .....	94

5.7.- Manual de procedimientos .....	99
5.8.- Fluxograma .....	101
5.9.- Layout .....	103
<b>CAPITULO 6 - PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>104</b>
6.1.- Marketing estratégico .....	104
6.1.1. Macro-segmentación .....	104
6.1.1.1.- Dimensionamiento del mercado .....	104
6.1.1.2.- Selección y justificación de estrategias de cobertura de mercados .....	104
6.1.2.- Micro-segmentación .....	104
6.1.2.1.- Aplicación de estrategias de segmentación .....	104
6.1.2.2.- Selección y justificación del mercado meta .....	105
6.1.3.- Estrategia de Ansoff .....	105
6.1.4.- Selección y justificación .....	106
6.2.- Marketing Operativo .....	106
6.2.1.- Mix de marketing para servicios (7Ps) .....	106
6.2.1.1.- Producto .....	106
6.2.1.2.- Precio .....	108
6.2.1.3.- Plaza .....	109
6.2.1.4.- Canal de distribución .....	109
6.2.1.5.- Promoción .....	109
6.2.1.6.- Publicidad .....	110
6.2.1.7.- Procesos .....	111
6.2.1.8.- Personas .....	113
6.2.1.9.- Pruebas físicas .....	113
6.2.2.- Ciclo de vida del producto .....	114
<b>CAPITULO 7 - PLAN OPERACIONAL DE LA EMPRESA .....</b>	<b>115</b>
7.1.- Estructura operativa .....	115
7.1.1.- Recepción del vehículo .....	115
7.1.2.- Registro del servicio solicitado .....	115
7.1.3.- Lavado de vehículo .....	116
7.1.4.- Lavado de motor .....	116
7.1.5.- Secado del vehículo .....	116
7.1.6.- Pulido y encerado .....	117
7.1.7.- Aspirado y limpieza interior.....	117
7.1.8.- Limpieza de tapizado .....	118
7.1.9.- Finalización del trabajo y entrega del vehículo al cliente .....	118
7.2.- Servicios y actividades .....	119
7.2.1- Servicios .....	119
7.2.2.- Actividades .....	119
7.3.- Infraestructura y los equipos necesarios .....	120
7.3.1.- Infraestructura .....	120
7.3.2.- Equipos necesarios .....	120
7.3.2.1.- Elevador hidráulico .....	120
7.3.2.2.- Compresor de aire .....	121

7.3.2.3.- Manguera de aire .....	121
7.3.2.4.- Aspiradora industrial .....	122
7.3.2.5.- Engrasador .....	122
7.3.2.6.- Pulidor .....	123
7.3.2.7.- Herramientas varias .....	123
7.4.- Principales proveedores .....	124
<b>CAPITULO 8 - PLAN FINANCIERO .....</b>	<b>125</b>
8.1.- Proyección de ingresos .....	125
8.2.- Proyección de costos y gastos .....	126
8.3.- Inversiones necesarias y financiación .....	127
8.3.1.- Inversiones .....	127
8.3.1.- Financiación .....	127
8.4.- Estado de resultados con financiamiento .....	128
8.5.- Estado de resultados sin financiamiento .....	129
8.6.- Flujo de caja proyectado sin financiamiento .....	129
8.7.- Flujo de caja proyectado con financiamiento .....	130
8.8.- Período de recuperación del capital .....	130
8.9.- Rentabilidad del negocio .....	130
8.10.- Capital de trabajo (Bruto y Neto) .....	131
8.11.- Depreciación y Amortización .....	132
8.12.- Punto de equilibrio .....	133
8.13.- Detalle de tasa de corte y costo de oportunidad .....	133
8.14.- Fuente y uso de fondos .....	134
8.15.- Balance proyectado .....	135
8.16.- Análisis de razones financieras .....	137
<b>CAPITULO 9 - RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL .....</b>	<b>138</b>
9.1.- Impacto ambiental .....	138
9.2.- Impacto socio económico .....	138
9.3.- Impacto cultural .....	138
9.4.- Aspectos éticos de la sustentabilidad del proyecto .....	138
<b>CAPITULO 10 - PLAN DE EXPANSIÓN .....</b>	<b>140</b>
10.1.- Riesgos internos de expansión .....	140
10.2.- Riesgos sistémicos externos de expansión .....	140
10.3.- Barreras de salida .....	141
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>143</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>146</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>147</b>

## RESUMEN

Debido a que los vehículos son expuestos frecuentemente a las condiciones de la intemperie se origina una condición de suciedad, esta situación obliga a que el propietario periódicamente deba llevar el vehículo hasta un sitio de lavado para que le realicen la limpieza tanto exterior de la carrocería como interior y se recuperen las condiciones estéticas óptimas para su utilización. A raíz de ello el presente trabajo tuvo como objetivo general determinar la factibilidad basada en la apertura de un lavadero para automóviles en la ciudad de Asunción. Mediante la encuesta se pudo obtener información más precisa sobre la demanda, oferta, gustos y preferencias de los clientes. De acuerdo a la investigación que se realizó, el parque automotor de la ciudad de Asunción, oscila los 114.719 automóviles, donde la empresa tiene como segmento meta 2.524 vehículos por año. La Empresa aplicará como estrategia de mercado la mezcla de mercadotecnia como son las 7P, con la agregación de diferenciación en el servicio. La empresa se ubicará en la Ciudad de Asunción, en la Calle Avenida Artigas y Venezuela, calles que son excelentes vías con alto flujo de todo tipo de vehículos, se determinó por un análisis realizado primordialmente por la disponibilidad de cercanía a cada uno de los requerimientos para la ejecución del proyecto. La Inversión Inicial de la empresa es de G. 395 millones, financiado, el 62% capital propio y el 38% mediante un préstamo bancario. La utilidad del ejercicio que tendrá en el primer año será de G. 51,5 millones, lo que significa que la empresa tendrá gran utilidad en los próximos años de acuerdo a la proyección realizada. En la Evaluación Financiera primeramente sin financiamiento el VAN es de G. 96,6 millones con una TIR del 19% en cambio los resultados con financiamiento el VAN es de G. 110,8 millones con una TIR del 23%. En ambos escenarios el Periodo de Recuperación de la Inversión se estima en 3 años para ambos escenarios.