

**Ciencias Contables y Administrativas**

**RENT CAR JAHA´ARA S.A**  
**“Viajando a tu lado”**

**Jorge Daniel González Centurión**

**Asunción - Paraguay**  
**2018**

## INDICE

Agradecimientos.....	9
Resumen Ejecutivo de la Empresa Rent Car Jaha´ara S.A.....	10
Capítulo 1.....	12
1.1 Introducción Idea del Proyecto .....	12
1.2 Requerimientos Jurídicos .....	12
1.2.1 Razón Social de la Empresa .....	12
1.2.2 Tipo de Sociedad .....	12
1.2.3 Constitución Jurídica .....	13
1.2.3.1 Escritura de Constitución .....	13
1.2.3.2 Dirección General de Registros Públicos .....	16
1.2.3.3 Inscripción en la S.E.T. ....	17
1.2.3.4 Instituto de Previsión Social .....	18
1.2.3.5 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seg. Social .....	19
1.2.3.6 Matricula del Comerciante .....	20
1.2.3.7 Apertura en la Municipalidad .....	21
1.2.3.8 Solicitud de inscripción Registro de Marca .....	22
1.2.3.9 Rúbrica de Libros Contables .....	22
1.2.4 Cuadro de Resumen de Gastos de Constitución.....	27
1.3 Localización de la Empresa .....	27
1.3.1 Desarrollo y Solución de los factores ponderados.....	28
Capítulo 2.....	30
2.1 Definición del problema de investigación.....	31
2.2 Objetivos y Requerimientos de Información.....	32
2.3 Diseño de Investigación y Fuentes de Datos.....	36
2.3.1 Investigación Exploratoria.....	36
2.3.2 Investigación Concluyente.....	37
2.3.3 Definición del Tipo de Investigación.....	39
2.4 Desarrollo del Procedimiento de Recolección de Datos.....	40
2.4.1 Diseño de Cuestionario Estructurado.....	40
2.5 Determinación de la Muestra.....	47
2.5.1 Muestreo.....	47
2.5.1.1 Muestreo Probabilístico.....	47
2.5.1.2 Muestreo No Probabilístico.....	48
2.5.2 Tamaño de la Muestra.....	49
2.5.3 Cálculo de la Muestra.....	51
2.5.4 Definición del Tipo de Muestreo.....	52
2.6 Recolección de Datos.....	52
2.6.1 Planteación de Recolección de Datos de la Empresa.....	53
2.6.2 Cuadro de Resumen de Costos Investig. De Mercado.....	54
2.7 Procesamiento de Datos.....	55
2.8 Análisis de Datos.....	58
2.9 Informe final.....	74

2.9.1 Informe final/conclusiones.....	75
Capítulo 3.....	76
3.1 Análisis de la Macro Segmentación.....	76
3.1.1 Categorías de Producto-Mercado.....	76
3.1.2 Mercado de Referencia.....	77
3.1.3 Misión de la Empresa.....	78
3.1.4 Visión de la Empresa.....	78
3.1.5 Análisis de los Competidores de la Empresa.....	79
3.2 Análisis de la Micro-Segmentación.....	81
3.2.1 Tipos de Micro-Segmentación.....	81
3.2.2 Análisis de Micro-Segmentación de la Empresa.....	82
3.2.3 El ciclo de vida de un producto.....	83
3.2.3.1 Etapas del ciclo de vida de un producto.....	83
3.2.3.2 Etapas del ciclo de vida del servicio de la Empresa.....	86
3.3 Análisis de la Demanda.....	87
3.3.1 Demanda Global.....	87
3.3.1.1 Cálculo de la Demanda Global.....	88
3.3.2 Mercado Potencial Absoluto.....	89
3.3.2.1 Cálculo del Mercado Potencial Absoluto.....	89
3.3.3 Cuota de Mercado.....	89
3.3.3.1 Cálculo de la Cuota de Mercado de la Competencia.....	90
3.3.3.2 Análisis de la Demanda Global, Mercado Potencial Absoluto y Cuota de Mercado.....	90
3.3.3.3 Cuadro del Plan de Ventas Anual.....	90
3.3.3.4 Cuadro del Plan de Ventas Proyectado.....	92
3.4 Análisis de las 5 Fuerzas Competitivas de Michael Porter.....	93
3.4.1 Amenaza de Nuevos Competidores.....	93
3.4.2 Rivalidad entre los Competidores.....	94
3.4.3 Poder de Negociación de los Proveedores.....	94
3.4.4 Poder de Negociación de los Clientes.....	94
3.4.5 Amenaza de Productos Sustitutivos.....	94
3.4.a Cuadro de Fuerzas Competitivas de la Empresa.....	95
3.4.b Cuadro Resumen de la Estructura Competitiva de la Empresa.....	97
3.4.6 Informe sobre el Análisis Desarrollado de las Fuerzas Competitivas de Michael Porter.....	97
3.4.7 Estrategias Competitivas de Michael Porter.....	98
3.4.8 Figura Estrategias Competitivas de Michael Porter.....	100
3.5 Estrategias de Igor Ansoff.....	100
3.5.1 Figura Matriz de Igor Ansoff.....	101
3.5.2 Estrategia de la Empresa.....	102
3.6 Diferenciación de la Empresa en relación a los Competidores.....	102
Capítulo 4.....	104
4.1 Plan de Marketing.....	104
4.2 Análisis Situacional.....	104
4.2.1 Descripción de las Variables Controlables.....	104

4.2.2 Descripción de las Variables No Controlables.....	105
4.2.3 Definición de las Variables Controlables y No de la Empresa.....	106
4.2.4 Análisis FODA.....	110
4.2.5 Importancia de Realizar un Análisis Situacional.....	111
4.2.6 Matriz FODA en 8 pasos.....	112
4.2.7 Resultados del Análisis FODA de la Empresa.....	112
4.2.8 Matriz FODA Interacción.....	113
4.2.9 Matriz FODA.....	114
4.2.10 Conclusiones de la Interacción y de la Matriz FODA.....	116
4.3 Objetivos.....	118
4.3.1 Objetivos de Marketing.....	118
4.3.2 Objetivos de Ventas.....	119
4.3.3 Políticas y Reglas para los Objetivos de Marketing y Ventas de la Empresa.....	120
4.4 Estrategias.....	121
4.4.1 Estrategias sobre los Objetivos de Marketing.....	121
4.4.2 Estrategias sobre los Objetivos de Ventas.....	122
4.5 Planes de Acción.....	123
4.5.1 Cronograma de Planes de Acción de la Empresa.....	123
4.5.2 Resumen del Plan de Acción de Marketing de la Empresa.....	127
4.5.3 Cuadro de Inversión del Plan de Marketing Proyectado.....	127
Capítulo 5.....	128
5.1 Lineamiento Estratégico.....	128
5.1.1 Misión de la Empresa.....	128
5.1.2 Visión de la Empresa.....	128
5.2 Plan de Administración.....	128
5.2.1 Análisis Situacional –Matriz FODA Administración.....	129
5.2.1.1 Descripción de las Variables Controlables.....	129
5.2.1.2 Descripción de las Variables No Controlables.....	130
5.2.1.3 Análisis FODA Administración.....	132
5.2.1.4 Matriz de Interacción FODA Administración.....	132
5.2.1.5 Conclusiones Análisis FODA Administración Jaha'ara S.A.....	136
5.2.2 Objetivos de Administración a Corto Plazo.....	137
5.2.2.1 Objetivos de Administración a Corto Plazo de la Empresa.....	137
5.2.3 Estrategias.....	138
5.2.3.1 Estrategia Organizacional de la Empresa.....	138
5.2.4 Planes de Acción.....	140
5.2.4.1 Cuadro de Planes de Acción Objetivos Administración.....	141
5.2.4.2 Cuadro de Inversión Empresa Objetivos Administrativos.....	142
5.2.4.3 Cuadro de Inversión Proyectado de la Empresa.....	142
5.2.4.4 Cuadro de Inversión Activos Fijos.....	143
5.3 Organigrama Organizacional.....	144
5.3.1 Organigrama.....	144
5.3.1.1 Diseño Organizacional –Henry Mintzberg.....	144
5.3.1.2 Tipos de Estructura.....	145
5.3.1.3 Estructura Simple.....	145

5.3.1.4	Burocracia Mecánica.....	146
5.3.1.5	Burocracia Profesional.....	146
5.3.1.6	Estructura Divisionalizada.....	147
5.3.1.7	Adhocracia.....	147
5.3.1.8	Configuraciones como Elementos de Diagnóstico.....	148
5.3.1.1a	Figura Organigrama de la Empresa Jaha´ara S.A.....	151
5.3.1.9	Partes Funcionales de la Empresa según Henry Mintzberg.....	151
5.3.2	Layout.....	152
5.3.2.1	Layout de la empresa.....	152
5.3.3	Manual de Funciones.....	154
5.3.4	Manual de Procedimientos.....	160
5.3.5	Fluxograma o Diagrama de Flujo.....	163
5.3.5.1	Fluxograma de Jaha´ara S.A.....	165
5.3.6	Cuadro de Recursos Humanos.....	170
5.4	Análisis de Estructura de Costos Totales.....	171
5.5	Plan de Cuentas.....	171
	Capítulo 6.....	177
6.1	El Producto Interno Bruto.....	177
6.1.1	Producto Interno Bruto del Paraguay 2017.....	177
6.1.2	Cuadro de Crecimiento Sectorial PIB 2017.....	178
6.2	Balanza Comercial (Exportaciones/Importaciones).....	179
6.2.1	Exportaciones.....	179
6.2.2	Importaciones.....	181
6.2.2.1	Cuadro Balanza Comercial e Importaciones.....	183
6.3	Fluctuación del Tipo de Cambio.....	183
6.3.1	Factores que Influyen al Tipo de Cambio.....	184
6.3.2	Fluctuaciones del Tipo de Cambio en el Paraguay 2014-2017.....	185
6.3.3	Cuadro de Fluctuación del Tipo de Cambio 2014-2017.....	186
6.4	Comportamiento de la Reserva Monetaria.....	186
6.4.1	Cuadro de las Reservas Monetarias del Paraguay.....	187
6.5	Superávit o Déficit Fiscal.....	188
6.5.1	Déficit Fiscal y Deuda Pública.....	188
6.6	Inflación.....	190
6.6.1	Tres Causas Principales de Inflación.....	190
6.6.2	Tipos de Inflación.....	190
6.6.3	Inflación del Paraguay Año 2017.....	191
	Capítulo 7.....	192
7.1	Cuadro de Inversiones.....	192
7.2	Cuadro de Cronograma de Inversiones.....	193
7.3	Cuadro de Depreciación.....	195
7.4	Cuadro de Servicio de Deuda.....	196
7.5	Cuadro de RR.HH.....	197
7.6	Cuadro de Cronograma de Capacidad productiva.....	198
7.7	Cuadro de Ingresos.....	199
7.8	Cuadro de Egresos.....	200

7.9 Cuadro de Punto de Equilibrio.....	201
7.10 Cuadro Cálculo de Capital de Trabajo.....	202
7.11 Cuadro de Estado de Resultado Proyectado con Financiamiento.....	203
7.11.1 Cuadro de Estado de Resultado Proyectado sin Financiamiento.....	204
7.12 Cuadro de Flujo de Caja Proyectado con Financiamiento.....	205
7.12.1 Cuadro de Flujo de Caja Proyectado sin Financiamiento.....	206
7.13 Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectados con Financiamiento.....	207
7.13.1 Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectados sin Financiamiento....	207
7.14 Cuadro de Balance Proyectado con Financiamiento.....	208
7.14.1 Cuadro de Balance Proyectado sin Financiamiento.....	209
7.15 Índices Financieros con Financiamiento.....	210
CONCLUSIONES DE LA EMPRESA JAHARA S.A.....	211
ANEXOS.....	212
BIBLIOGRAFIA.....	214

## RESUMEN

Somos una empresa dedicada a la Renta de Automóviles de gran calidad y prestaciones, buscamos poder ser reconocidos por nuestros clientes e incursionar fuertemente en el mercado de renta de automóviles, obtener una cuota importante del mercado en relación a nuestros competidores y convertirnos en una empresa exitosa, rentable, que pueda mantenerse y ser competitiva en el tiempo implementando estrategias para mejorar nuestros servicios y buscar siempre formas de innovar y diferenciarnos de nuestros competidores.

A través de nuestra investigación de mercado pudimos comprender que una gran cantidad de la población nunca ha rentado un automóvil en el pasado, de un 100% solo el 30% ha rentado un automóvil en el pasado, del cual manifestaron están conformes con el precio y el servicio obtenido, en conclusión, vemos que aquellas personas que han utilizado el servicio seguirán haciéndolo debido a los beneficios y la satisfacción a sus necesidades. Aquellos que no han rentado nunca corresponden al mayor porcentaje de la población, brinda una gran oportunidad de obtener una cartera importante de clientes mediante una buena utilización de los medios disponibles de comunicación, brindar un excelente servicio a precios realistas acorde a la situación general del mercado.

Gracias a la investigación de mercado concluimos que esta actividad comercial será rentable y proporcionará ganancias significativas de manera permanente, sostenible en el tiempo, hemos definido planes y estrategias de marketing para llegar a nuestro mercado objetivo que nos brindarán la posibilidad de alcanzar nuestros objetivos de ventas para así hacer viable y atractiva esta idea de negocio.

Nuestra Empresa **Rent Car Jaha'ara S.A.** estará ubicada en la ciudad de Mariano Roque Alonso sobre la ruta principal Ruta Transchaco Ruta 9 c/ Parapití, una zona estratégica de gran afluencia de personas y vehículos que se desplazan tanto en las ciudades aledañas a la capital como para el interior del país. Esto facilitará que una gran cantidad de personas conozcan nuestra marca y nuestros servicios a través de una buena imagen publicitaria que sea atractiva y llame la atención.

Además, hemos realizado un estudio económico para hacer una proyección de ventas para el primer año y otra de proyección a 5 años que permitirá la viabilidad, rentabilidad y expansión de la empresa. Hemos definido las estrategias y los planes de acción para el logro de estos objetivos.

Con este fin, hemos logrado obtener los índices financieros para el desarrollo de esta actividad comercial, lo cual arroja un resultado favorable y permite determinar el periodo de tiempo que llevará recuperar nuestra inversión inicial y cuantificar las ganancias que se obtendrán, lo que hace atractivo llevar a cabo esta idea de negocio.