

Ciencias Contables y Administrativas

CR S.R.L. - Jajohéimina Lavado de autos

Alumnos:

Carlos David Barbosa Escobar

Rafael Adrián Torres Cabrera

Asunción - Paraguay

2018

INDICE

HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTOS	v
INDICE	vi
Índice de cuadro	x
Índice de tabla	xi
Índice de Ilustración	xii
Índice de grafico.....	xiii
RESUMEN.....	14
INTRODUCCION	15
CAPITULO 1	17
1.1. Introducción a la idea del proyecto	17
1.2. Requerimientos Jurídicos.....	17
1.3. Nombre o razón social.....	17
1.4. Servicios que serán ofrecidos:.....	17
1.5. Tipo de Sociedad.....	20
1.5.1. Razón de la elección del tipo de sociedad.....	20
1.5.2. Características generales del tipo de sociedad	20
1.5.3. Ventajas.....	20
1.5.4. Desventajas.....	20
1.6. Constitución Jurídica.....	21
1.7. Localización de la empresa	26
1.7.1. Método de factores ponderados.....	26
1.8. Mapa de ubicación	28
CAPITULO II – INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	29
2. Investigación de Mercados.....	29
2.1. Objetivo general de investigación	29
2.2.- Establecer el/los objetivos específicos de la investigación y los requerimientos de información.	29
2.3 Definir los tipos de investigación a utilizarse	31
2.4 Procedimiento de recolección de datos.....	34
2.5. MUESTRA.	42
2.6 Codificación y tabulación.....	45
2.7 Análisis de datos.....	48
2.8 Conclusiones/Informe	59
2.9 Valorizar el costo de la investigación de mercados.	60
CAPITULO III – Lineamientos Estratégicos.....	61
3.1.- Análisis de la Macro segmentación	61
3.1.2. Misión.....	62
3.1.3 Visión	62
3.1.4. Valores	62
3.2.- Análisis de la Micro segmentación	63

3.3 Análisis de la demanda.....	67
3.3.1. Cuota Mercado:.....	69
3.3.2. Cuota del proyecto para el primer año	70
3.3.3. Cuota del proyecto a cinco años.....	73
3.4.- Análisis de la 5 fuerzas competitivas de Porter	73
3.4.1. Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores.....	74
3.4.2. La Rivalidad entre Competidores.....	76
3.4.3. Poder de Negociación de los Proveedores	77
3.4.4. Poder de Negociación de los Compradores.....	77
3.5.- Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff,.....	80
3.6. Estrategia según Porter.....	82
Capítulo IV - Plan de Marketing	85
4.1. Plan de Marketing	85
4.2. Análisis Situacional.....	85
4.2.1. LAS siete P'S	85
4.2.2 La matriz FODA.....	89
4.3. Definición del objetivo estratégico	92
4.3.1. Objetivos	92
Capítulo V – Administración	100
5.1.- Lineamiento estratégico (Ápice estratégico)	100
5.2. Objetivos empresariales	100
5.2.1.- Objetivos.....	100
5.3. Análisis Situacional – Matriz FODA	101
5.4. Estructura organizacional.....	103
5.5. Organigrama general	109
5.6. Manual de funciones	111
5.6.1. Manual de procedimientos.....	120
5.7. Fluxograma (principales procedimientos o funciones).....	123
5.7.1. Layout.....	126
5.8. Costo de Servicio	129
5.9. Plan de cuentas.....	131
Capítulo VI - Aspecto Económico	135
Análisis económico de contexto.....	135
6.1.- Aspecto Económico	135
6.2. Producto interno Bruto (PIB).....	135
6.3. Balanza comercial (importación/exportaciones).....	145
6.4. Fluctuación del tipo de cambio	152
6.5. Informe inflación.....	156
CAPÍTULO VII - PLAN FINANCIERO DE LA EMPRESA.....	170
Presentar los cuadros financieros para su análisis:.....	170
7.1 Cuadro de Inversión y Financiamiento	170
7.2. Cronograma de Inversión	173
7.3. Servicio de la Deuda Sistema Francés	174
7.4. Proyección de Ventas.....	175
7.5. Determinación del Capital de Trabajo	175

7.6. Proyección de Costos.....	176
7.7. Estado de Resultados Proyectados.....	179
7.8. Evaluación Financiera (VAN y TIR)	180
7.9. Depreciaciones y Amortizaciones.....	183
7.10. Origen y Aplicación de Fondos.....	184
7.11. Punto de Equilibrio: Financiero y Contable.....	185
7.12. Balance General Proyectado	186
CONCLUSIONES	187
RECOMENDACIONES	188
BIBLIOGRAFÍA.....	189
ANEXO.....	191

RESUMEN

El tema de la presente tesis trata de un CR S.R.L., la cual será desarrollada en un periodo de cinco años, para ello se llevó a cabo una investigación de los requisitos que son necesarios para la constitución de la empresa como una compañía Sociedad de Responsabilidad Limitada. Para este análisis de Factibilidad fue necesario realizar un estudio de mercado para saber los gustos y preferencias de quienes requieren la prestación de servicios de lavado para vehículos livianos en nuestro local, el estudio de mercado dio resultados positivos, ya que la empresa puede tener un segmento dentro del mercado de servicios de lavado para vehículos livianos según las encuestas realizadas a personas de la ciudad de Lambaré.

Además, se realizó la evaluación técnica y financiera para determinar la viabilidad del proyecto, utilizando los indicadores de rentabilidad, como: valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR) y la relación beneficio costo que indican resultados positivos.

El cuadro refleja la evaluación del proyecto sin la necesidad de solicitar un préstamo bancario, la rentabilidad que refleja las herramientas evaluativas, teniendo un VAN positivo mayor a cero 178.230.000 y una TIR de 55% mayor que la tasa corte 30%.

El cuadro con financiación demuestra que al tener más flujo de efectivo con el préstamo bancario el proyecto genera mayor utilidad.

El VAN 177.173.000 positivo y la TIR 59%, una tasa de corte de 30% y el tiempo de recupero del capital de un año y cuatro meses son herramientas financieras que demuestran la viabilidad de CR S.R.L.

El proyecto de la empresa CR S.R.L. es viable, debido a que sus inversionistas pueden obtener ganancias según sus indicadores de rentabilidad, a partir del segundo año de vida de la empresa. La empresa según su estudio de mercado tendrá una buena aceptación al prestar sus servicios a la prestación de servicios de lavado para vehículos livianos en nuestro local, ya que existe una demanda insatisfecha actualmente, debido a que las empresas que ofrecen estos servicios no llenan las expectativas de los clientes.

Palabras clave: Análisis de Factibilidad, servicios de lavado para vehículos livianos, estudio de mercados, compañía y financiera.