

Administración de Empresas

Tecnocolor S.R.L

Servicio de Refacción de fachadas para empresas

Iván Insaurrealde

Asunción – Paraguay

2019

ÍNDICE

Agradecimiento	8
Introducción	9
Capítulo 1 – Jurídico	10
1.1 Introducción a la idea del proyecto	10
1.2 Requerimientos Jurídicos de acuerdo al tipo de Sociedad a constituirse.	10
1.2.1 Razón social: TECNOCOLOR S.R.L.	10
1.2.2 Escritura de constitución de aporte y capital	10
1.3 Inscripción en los registros públicos	11
1.4 Registro Público de Personas Jurídicas	12
1.5 Matricula del Comerciante	13
1.6 Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (RUC)	14
1.7 Rubrica de libros	14
1.8 Libros Contables obligatorios	15
1.9 Inscripción en I.P.S	15
1.10 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS)	15
1.11 Dirección de propiedad intelectual (registro de marcas).	16
1.12 Requisitos para apertura de patente comercial en la municipalidad de Asunción	18
1.13 Tabla de costos de procedimientos jurídicos	19
CAPITULO 2 – INVESTIGACION DE MERCADO	21
2.1 Objetivo general de investigación.	21
2.2 Objetivos específicos de la investigación.	21
2.2.1 Objetivos sociodemográfico.	21
2.2.2 Objetivos afectivos	22
2.2.3 Objetivos cognitivos.	22
2.3 Diseño de investigación y fuentes de datos	23
2.3.1 Investigación Exploratoria	23
2.3.2 Fuente de Datos	23
2.3.3 Investigación concluyente	23
2.4 Diseño de la encuesta	29
2.5 Tamaño de la muestra	31
2.5.1 Definir la población	32
2.5.2 Marco Muestral	33
2.5.3 Calcular el tamaño de la muestra	40
2.5.4 Determinar el tipo de muestreo	41
2.5.5 Organización para realizar la encuesta	41
2.6 Análisis de datos	41
2.7 Conclusiones	56
2.8 Valorización el costo de la investigación de mercados	56
CAPITULO 3 – LINEAMIENTO ESTRATEGICO	57
3.1 Análisis de la Macrosegmentación	57
3.1.1 Mercado de referencia	57
3.1.2	

Misión	58
3.1.3 Visión	58
3.2 Análisis de Microsegmentación	59
3.2.1 Ciclo de vida de un producto	59
3.3 Análisis de la demanda	61
3.3.1 Demanda global	62
3.3.2 Mercado potencial absoluto	62
3.3.3 Cuota de mercado	63
3.3.4 Plan de ventas	63
3.4 Análisis de las fuerzas competitivas de Porter	64
3.3.1 Competencia potencial	64
3.3.2 Competidores del sector	66
3.3.3 Poder de negociación de clientes	67
3.3.4 Poder de negociación de los proveedores	68
3.3.5 Productos sustitutos	69
3.5 Matriz de Ansoff, Estrategias de crecimiento.	71
3.6 Estrategias de Porter	72
3.7 Atributos que constituyen la diferenciación del producto.	73
CAPITULO 4 – PLAN DE MARKETING	74
4.1 Análisis situacional	74
4.1.1 Variables controlables	74
4.1.2 Variables no controlables	77
4.1.3 Listado plano	79
4.1.4 Matriz FODA de interacción	80
4.1.5 Matriz FODA	84
4.1.6 Objetivos, estrategias y planes de acción	85
4.1.7 Cuadro de costo anual	89
CAPITULO 5 – PLAN ADMINISTRATIVO	91
5.1 Lineamiento estratégico	91
5.1.1 Declaración de la Misión	91
5.1.2 Declaración de la Visión	91
5.2 Análisis situacional	92
5.2.1 Variables controlables	92
5.2.2 Variables no controlables	93
5.2.3 Listado plano	95
5.2.4 Matriz de interacción	97
5.2.5 Matriz FODA	101
5.2.6 Objetivos, estrategias y plan de acción	102
5.2.7 Tabla de costos	105
5.3 Estructura organizacional	106
5.3.1 Organigrama	106
5.3.2 Layout	111
5.3.3 Manual de Funciones	112
5.3.4 Manual de procedimiento	138
5.3.5 Fluxograma	140

5.3.6 Recursos Humanos	143
5.4 Plan de cuentas	144
CAPÍTULO 6 – ASPECTO ECONÓMICO	150
6.1 Aspectos Económicos.	150
6.2 Producto Interno Bruto (PIB).	150
6.3 Contexto doméstico por el lado de la producción.	151
6.4 Contexto doméstico por el lado del gasto.	152
6.5 Balanza comercial.	152
6.6 Balanza Comercial Año 2019.	155
6.7 Fluctuación del tipo de cambio.	156
6.8 Comportamiento de la reserva monetaria.	156
6.9 Superávit o Déficit Fiscal.	158
6.10 La inflación.	159
CAPÍTULO 7 – PLAN FINANCIERO	160
Cuadro 1 – Inversiones	160
Cuadro 2 – Cronograma de inversión	163
Cuadro 3 – Depreciaciones y amortizaciones	164
Cuadro 4 – Deudas largo y corto plazo	165
Cuadro 5 – Mano de obra	167
Cuadro 6 – Cronograma de producción y ventas	168
Cuadro 7 – Ingresos por ventas	169
Cuadro 8 – Costos totales	170
Cuadro 9 – Punto de equilibrio	171
Cuadro 10 – Capital de trabajo	172
Cuadro 11 – Estados de resultados proyectados con financiamiento	173
Cuadro 12 – Estados de resultados proyectados sin financiamiento	174
Cuadro 13 – Flujo de caja proyectado con financiamiento	175
Cuadro 14 – Flujo de caja proyectado sin financiamiento	176
Cuadro 15 – Balance proyectado con financiamiento	177
Cuadro 16 – Balance proyectado sin financiamiento	178
Cuadro 17 – Indicadores financieros	179
ANEXOS	181

INTRODUCCIÓN

Tecnocolor S.R.L., es una nueva empresa privada de servicios de refacción y pintura de fachada para empresas y particulares de las zonas con más auge de crecimiento inmobiliario de Asunción.

Dispuesta a poder ofrecerle todo el servicio y calidad que requiera para poder contar con una fachada como usted quiera, optimizando recursos y capacitando al personal se busca siempre la satisfacción y recomendación del cliente.

Con el nombre de fácil de pronunciación y llamativo para estar siempre en la mente del consumidor final, también que al cliente le sea mucho más fácil recordar el nombre. Con esto también se busca reflejar un aspecto con el cual se estará encontrando el cliente al momento de solicitar el servicio, que sería tecnología y colores que ayudaran a llevar a cabo los proyectos a ser realizados por la empresa.

La construcción es el campo laboral con mayor crecimiento en los últimos años en el país, se espera que esta tendencia siga, por lo cual es un campo interesante al cual apuntar, es por eso que nace Tecnocolor S.R.L., como una nueva alternativa nueva para los potenciales consumidores al momento de querer adquirir el servicio de pintura de sus emprendimientos.