

**Licenciatura en Marketing**

***“PRO CLEANING S.R.L.”***

***Alumnos:***

***Marcela Dahiana Talavera Ortiz***

***Carlos José Arza Richer***

**Asunción – Paraguay**

**2017**

## ÍNDICE

Dedicatoria.....	8
Agradecimiento.....	9
Introducción.....	10
<i>Capítulo I - Ámbito Jurídico</i> .....	11
1.1 Requerimientos Jurídicos .....	13
1.2 Tipo de Sociedad .....	13
1.3 Descripción de la Sociedad de Responsabilidad limitada .....	13
1.4 Constitución jurídica: .....	14
1.4.1 Tabla 1- Honorarios del escribano (de acuerdo al capital) .....	16
1.5 Inscripciones Registro Público de Comercio y Registro Público de Personas Jurídicas.....	17
1.6 Inscripción en el registro público de personas jurídicas y asociaciones.....	18
1.7 Matrícula de comerciante. ....	19
1.7.1 Tabla 2-Costos del Registro público de comercio. ....	20
1.8 Rubrica de libros contables.....	20
1.8.1 Tabla 3 - Costos de la Rubricación de los libros contables.....	23
1.9 Inscripción en la dirección de apoyo del ministerio de hacienda (R.U.C.). ....	23
1.9.1 Tabla 4 - Costos de Inscripción del RUC.....	35
1.10 Patente Comercial:.....	35
1.10.1 Tabla 5-Costos de los trámites en la municipalidad de Asunción. ....	39
1.10.2 Tabla 6-Rango de porcentaje de Patente Comercial .....	40
1.11 Instituto de previsión social (I.P.S.). ....	41
1.11.1 Tabla 7-Costos de los trámites en el instituto de previsión Social.....	42
1.12 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.....	43
1.12.1 Tabla 8- Costos de los trámites en el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social..	44
1.12.2 Tabla 9-Costos de los trámites de Registro de la marca. ....	48
1.12.3 Tabla 10-Resumen de los costos de cada institución pública. ....	49
1.12.4 Tabla 11- Plan Fiscal.....	50
Localización estratégica .....	51
1.12.5 Tabla 12 -Factores ponderados para la localización estratégica .....	51
Mapa de localización.....	52
<i>Capítulo II - Investigación de Mercados</i> .....	53
Concepto de investigación de mercados.....	54
Los nueve pasos se conforman de la siguiente manera: .....	55
Paso 1: Definir el problema de la investigación. ....	55
Paso 2: Objetivos de la investigación y necesidades de la información.....	55
Paso 3: Diseño de la investigación y fuente de datos. ....	59
Paso 4- Procedimiento de recolección de datos.....	61
Paso 5- Diseño de la muestra.....	75
5.2. Marco Muestral.....	75
Determinar el tamaño de la muestra .....	88

Selección del procedimiento de muestreo .....	89
Investigación no probabilística, por conveniencia .....	89
Selección de la muestra .....	89
Informe final de la investigación de mercados.....	90
Grafico 1- Empresas más conocidas por los clientes.....	90
Grafico 2 – Medios por los cuales se conocen dichas empresas .....	91
Grafico 3 – Frecuencia de uso del servicio.....	91
Grafico 4 – Uso del servicio .....	92
Grafico 5 – Empresas más contratadas.....	93
Grafico 6 – Razones por las cuales contrataron a tal o cual empresa.....	94
Grafico 7 – Nivel de satisfacción.....	95
Grafico 8 – Inconvenientes con las empresas contratadas.....	96
Grafico 9 – Motivos que generaron inconvenientes.....	97
Gráfico 10 – Duración de Contratos.....	98
Grafico 11 – Denominación de las empresas.....	98
Grafico 12 – Cuantas unidades edilicias posee el cliente .....	99
Grafico 13 – Política de Pago .....	100
Grafico 14 – Plazos de Pago.....	100
Grafico 15 – Servicios que le gustaría contratar.....	101
Grafico 16 - Área encargada de la búsqueda y aprobación de presupuestos.....	101
Grafico 17 – Cuantos presupuestos se debe presentar.....	102
Grafico 18 - Gasto promedio mensual que la empresa gasta.....	102
Grafico 19 – Valoración de atributos.....	103
1.12.6 Tabla 13- Costo de la investigación de mercados.....	104
Conclusión de la investigación de mercados.....	105
<i>Capítulo III -Lineamiento Estratégico.....</i>	106
Macro segmentación:.....	107
Pro Cleaning apunta a la industria de servicios de limpieza. ....	107
Industria .....	107
Mercado.....	107
Producto mercado.....	107
Misión:.....	108
Visión: .....	108
Análisis de la demanda. ....	109
Mercado potencial absoluto.....	110
Demanda Global.....	111
Cronograma de ventas mes a mes para el 1er. Año.....	113
Cronograma de ventas para los primeros 5 años.....	113
Ciclo de vida.....	114
Matriz de Ansoff.....	117
Estrategia de desarrollo de nuevos productos.....	118

Estrategia de las fuerzas de Michael Porter.....	119
Análisis de las 5 fuerzas competitivas según Michael Porter:.....	120
Resumen de las 5 fuerzas.....	125
<i>Capítulo IV - Plan de Marketing</i> .....	126
Plan de Marketing.....	127
Análisis Situacional .....	128
VARIABLES CONTROLABLES .....	129
VARIABLES NO CONTROLABLES .....	137
Listado plano .....	140
Matriz de interacción.....	142
Matriz FODA.....	144
Objetivo N° 1.....	147
Estrategias.....	147
Planes de acción.....	147
Recursos Humanos .....	148
Recursos financieros.....	148
Objetivo N° 2.....	148
Estrategias.....	148
Planes de acción.....	148
Recursos humanos .....	149
Recursos financieros.....	149
Objetivo N° 3.....	149
Estrategias.....	150
Recursos humanos .....	150
Planes de acción.....	150
Resumen Financiero .....	150
Objetivo N° 4.....	151
Estrategias.....	151
Recursos humanos .....	151
Planes de acción.....	151
Resumen Financiero .....	151
Tabla 14- Resumen de costos del plan de marketing.....	153
Identidad corporativa.....	154
Cromática de Logos.....	155
Tabla 15-Resumen de Costo de Imagen Corporativa:.....	162
<i>Capítulo V-Administrativo</i> .....	163
Análisis situacional.....	164
Variables controlables .....	164
Variables no controlables .....	167
Listado Plano .....	170
Matriz de Interacción.....	172

Matriz FODA.....	174
Objetivo N° 1.....	177
Estrategias.....	177
Planes de acción.....	177
Recursos Humanos.....	177
Recursos financieros.....	178
Objetivo N° 2.....	178
Estrategias.....	178
Planes de acción 1: .....	178
Plan de acción 2:.....	178
Recursos humanos.....	179
Recursos financieros:.....	179
Objetivo N° 3.....	179
Estrategias.....	179
Planes de acción.....	179
Recursos financieros Recursos humanos.....	180
Jefatura.....	180
Objetivo N° 4.....	180
Estrategias.....	180
Planes de acción.....	180
Recursos humanos.....	181
Recursos financieros.....	181
Tabla 16- Resumen de Costos del plan Aministrativo: .....	181
Estructura organizacional según Mintzberg .....	182
La estructura de Mintzberg cuenta con 5 divisiones que se describe a continuación: .....	183
Estructura organizacional de PRO CLEANING S.R.L.....	185
Layout de Pro Cleaning S.R.L.....	187
Manual de funciones.....	188
Manual de procedimientos.....	204
Fluxogramas. ....	206
Fluxograma del cobrador.....	207
Fluxograma selección de personal.....	208
Fluxograma de consulta de saldos.....	209
Fluxograma de contratación del servicio.....	210
Fluxograma de visita al cliente.....	211
Lista de activos.....	212
Plan de cuentas .....	213
<i>Capítulo VI- Aspecto Económico</i> .....	226
El PIB - producto interno bruto .....	227
La política monetaria en Paraguay .....	227
Esquemas de política monetaria .....	228

Fluctuación del tipo de cambio en Paraguay .....	229
Inflación en Paraguay .....	230
<i>Capítulo VII-Financiero</i> .....	231
Cuadro 1 – Inversiones.....	233
Cuadro 1.b – Resumen de los gastos de preinversión.....	234
Cuadro 2- Cronograma de inversiones y financiamiento .....	235
Cuadro 3 – Depreciaciones y amortizaciones.....	236
Cuadro 4- Servicio de deuda a largo plazo.....	237
Cuadro 4- Servicio de deuda a corto plazo.....	238
Cuadro 5- Mano de obra .....	239
Cuadro 6- Cronograma de producción y ventas.....	240
Cuadro 7- Ingresos por ventas.....	241
Cuadro 8- Costos Totales.....	242
Cuadro 9- Punto de equilibrio.....	243
Cuadro 10- Capital de trabajo.....	244
Cuadro 11- Estados de resultados proyectados con financiamiento.....	245
Cuadro 12- Estados de resultados proyectados sin financiamiento.....	246
Cuadro 13- Flujo de caja proyectos con financiamiento .....	247
Cuadro 14- Flujo de caja proyectados sin financiamiento.....	248
Cuadro 15- Origen de fondos con financiamiento.....	249
Cuadro 16- Origen y aplicación de fondos sin financiamiento .....	250
Cuadro 17- Balances proyectados con financiamiento.....	251
Cuadro 18- Balance proyectados sin financiamiento .....	252
Cuadro 19- Indicadores financieros.....	253
Conclusión .....	254
Bibliografía .....	255
<i>Anexos</i> .....	256
Anexo de Formulario de Inscripción para personas Jurídicas en Registro Público de Comercio...	262
Anexo de Formulario de inscripción de Matrícula de Comerciante.....	263
Anexo de Formulario de solicitud de Rúbrica de libros contables.....	264
Anexo de Inscripción en el Instituto de Previsión Social .....	265

## **INTRODUCCIÓN**

Debido a que el auge de las construcciones de edificios en Asunción ha incrementado considerablemente, se genera una importante demanda de la prestación de los servicios de limpieza motivo por el cual decidimos poner en práctica nuestra idea de negocio haciendo una planificación y proyección a futuro.

Mediante la investigación realizada observamos que existe una importante competencia en el rubro de limpieza, no así empresas que se aboquen específicamente en atender al sector de edificios viviendas, teniendo en cuenta las falencias expuestas en los datos recolectados tomamos las mismas como oportunidades de introducción a dicho sector.