

Ingeniería Comercial

BRILLOCAR

Alumnos:

**Francis Fernández Ramírez
José Carlos Rodríguez Careaga**

Asunción - Paraguay

2017

INDICE

INTRODUCCIÓN	6
RESUMEN EJECUTIVO.....	8
CAPITULO 1- ANTECEDENTES DEL PROYECTO.....	9
INVESTIGACIÓN DE MERCADO	10
a- Identificar y definir el problema u oportunidad.....	10
b- Objetivos de la investigación de mercado	10
c- Diseño de la investigación	11
d- Método de recolección, procesamiento y análisis de datos	11
e- Diseño de muestra y encuesta realizada.....	11
f- Resultado de la investigación.....	28
DESCUBRIMIENTO Y PLANTEAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	29
ANÁLISIS ECONÓMICO DE CONTEXTO.....	32
· a. Macroeconomía del País.	32
· 1. Tasa de desempleo	32
· 2. Producto Interno Bruto.....	34
· 3. Variación del dólar americano	37
· 4. Tasa de inflación	38
· 5. Variación del salario mínimo.	40
b. Microeconomía	42
· Elasticidad de la oferta	42
· Gráfico de la Oferta.....	43
· Análisis de la oferta.....	43
· Elasticidad de la demanda	44
· Gráfico de la Demanda.....	45
· Análisis de demanda.....	46
ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA DEL SECTOR (PORTER).....	48
CAPITULO 2 - PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL.....	51
DESCRIPCION DE LA EMPRESA.....	52
TIPOLOGÍA DE LA EMPRESA.....	53
· Misión.....	53
· Visión.....	53
· Valores.....	53
· Objetivos.....	53
· Estructura organizacional general	55
ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA EMPRESA (FODA).....	56
ANÁLISIS DE FACTORES PONDERADOS PARA LOCALIZACIÓN.....	57
ESTRUCTURA DE MINTZBERG.....	60
POLÍTICAS Y REGLAMENTOS	61
FLUXOGRAMA	67
LAYOUT.....	68
ASPECTOS JURÍDICOS DE LA EMPRESA.....	70
APLICACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LEYES Y REGULACIONES.....	75
PLAN FISCAL.....	89

PLAN OPERACIONAL	92
CAPITULO 3 - PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.....	96
MARKETING ESTRATÉGICO	97
· Macrosegmentación	97
· Microsegmentación	98
ESTRATEGIA SEGÚN ANSOFF	100
ESTRATEGIA SEGÚN MICHAEL PORTER.....	101
MARKETING OPERATIVO.....	102
CAPITULO 4 - PLANIFICACIÓN FINANCIERA.....	104
CUADROS FINANCIEROS	105
ANÁLISIS DEL CUADRO FINANCIERO	119
CAPITULO 5 - PLANIFICACIÓN CONTABLE.....	120
Principales Definiciones.....	121
CAPITULO 6 - RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	125
IMPACTO AMBIENTAL.....	126
IMPACTO SOCIOECONÓMICO.....	126
IMPACTO CULTURAL.....	127
ASPECTOS ÉTICOS DE LA SUSTENTABILIDAD DEL PROYECTO.	127
CAPITULO 7 - PLAN DE EXPANSIÓN EMPRESARIAL.....	128
RIESGOS INTERNO DE EXPANSIÓN.....	129
RIESGOS EXTERNOS DE EXPANSIÓN.....	130
MAPA DE RIESGO EMPRESARIAL.....	131
BARRERAS DE SALIDAS	132
EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE REFERENCIA.....	133
CONCLUSIONES	135
BIBLIOGRAFÍAS	136
ANEXOS.....	138

RESUMEN

BRILLOCAR S.R.L es empresa dedicada al lavado de automóviles ubicados en domicilios, lugares de trabajo o en el lugar donde se encuentren, el cual ofrece un servicio distintamente a lo habitual con la implementación de nuevas tecnologías de lavado automotriz, tales como equipos móviles de auto lavado, aspiradoras avanzadas multifunción que incluyen el aspirado normal y la limpieza de tapizado. Ambos equipos mencionados representan una innovación dentro del campo de lavado de autos ya que uno de los equipos (el móvil de auto lavado) no requiere de la energía eléctrica ni la utilización del agua del potencial cliente. Además, contamos con los servicios de encerado, pulido de faros y aromatizador-desinfectante.

Pero eso no lo es todo ya que BRILLOCAR S.R.L busca ahorrar al potencial cliente el tiempo en llevar su vehículo hasta el lavadero, dejarlo y/o esperar y nuevamente llevárselo, también permitir el ahorro del combustible empleado para el traslado y por supuesto la seguridad y confianza que pueda tener el cliente al dejarlo en buenas manos. Nuestra empresa contara con una oficina en una zona accesible y estratégica donde se realizarán las salidas de los grupos de trabajo, donde también se recepcionarán pedidos y se atenderán reclamos. La misma está ubicada en la ciudad de San Lorenzo en las calles Boquerón esquina San Gerardo del Barrio San Miguel.

El proyecto buscara obtener ganancias con este desarrollo a través de las actividades responsables del control permanente en el servicio, calidad de personal y marketing para ganar preferencia con precios accesibles adecuados al mercado actual y demandara una inversión total de Gs 450.885.0000 (78.414 US\$) proveída por socios y una entidad bancaria.