

**Ingeniería Comercial**

**MERCOGLASS S.R.L**

**Comercialización e instalación de productos a base de  
cristales, espejos y carpintería de aluminio.**

**Ayala González, Danna Yeruti**

**Asunción – Paraguay**

**2021**

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	7
RESUMEN EJECUTIVO.....	8
CAPITULO 1- Concepto del Negocio.....	9
1.1. Descripción de la empresa. ....	9
1.2. Visión.....	9
1.3. Misión.....	10
1.4. Valores.....	11
1.5. Objetivos. ....	13
1.5.1. Objetivos Generales.....	14
1.5.2. Objetivos Específicos.....	14
1.6. Localización. ....	14
1.6.1. Macro localización.....	15
1.6.2. Micro localización.....	15
1.7. Método de los Factores Ponderados.....	17
1.8. Ventaja competitiva. ....	19
CAPITULO 2- Aspectos Jurídicos.....	21
2. Tipo de Sociedad ....	21
2.1. Proceso de apertura del Negocio.....	26
2.1.1. Escritura de la Constitución de la Empresa y Aporte de Capital ....	26
2.1.2. Inscripción en el Registro Público de Comercio ....	28
2.1.3. Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones.....	30
2.1.4. Matrícula del Comerciante.....	30
2.1.5. Rúbrica de Libros.....	31
2.1.7. Apertura de patentes en la Municipalidad de Luque.....	38
2.1.8. Inscripción Instituto de Previsión Social (I.P.S) ....	40
2.1.9. Inscripción Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (M.T.E.S.S.).....	41
2.1.10. Dirección de Propiedad Intelectual (Registro de marca) ....	42
2.1.11. Ejemplo de Acta de constitución de la Sociedad. ....	44
2.2. Leyes que afectan al Proyecto.....	48
2.3. Plan Fiscal.....	49
2.4. Presupuesto jurídico inicial. ....	50
Capítulo 3 – Aspectos Económicos.....	53
3. Indicadores Económicos.....	53
3.1. Macroeconomía. ....	53
3.2. Microeconomía. ....	75
3.3. Elasticidad de la Oferta ....	77
3.4. Elasticidad de la Demanda. ....	79
CAPITULO 4 – Aspectos Administrativos.....	83
4. Estructura organizativa. ....	83
4.1. Organigrama General.....	85
4.2. Estrategias de recursos humanos. ....	90
4.3. Diseño de los puestos.....	92

4.4. Manual de Organización y Funciones. ....	93
4.5. Manual de Procedimientos. ....	119
4.5.1. DESCRIPCION DEL PROCESO: .....	120
4.5.1.1. PEDIDOS PARA OBRAS Y STOCK DE DEPOSITO.....	120
4.1. Layout.....	125
CAPITULO 5 – Análisis de Mercado.....	130
5. Investigación de mercado. ....	130
5.1. Identificar y definir el problema u oportunidad. ....	130
5.2. Objetivos de la investigación de mercado. ....	130
5.3. Diseño de la investigación.....	132
5.3.1. Investigación Exploratoria.....	132
5.1.2. Diseño por Grupo Focal.....	133
5.1.3. Diseño por Entrevista en Profundidad .....	133
5.1.4. Diseño por Fuente de Datos (Encuesta).....	133
5.1.5. Investigación Descriptiva.....	134
5.4. Diseñar la muestra .....	143
5.4.1. Población.....	144
5.5. Marco Muestral.....	144
5.6. Fórmula del tamaño de la muestra:.....	144
5.7. Procesar los datos.....	148
5.8. Analizar los datos .....	148
5.9. Resultado de la investigación.....	157
5.10. Principales competidores.....	157
Capítulo 6 – Plan de Marketing.....	162
6. Análisis FODA. ....	162
6.1. Marketing Estratégico. ....	168
6.1.2. Estrategias según Igor Ansoff.....	168
6.1.2.1. Estrategia de penetración de mercados.....	168
6.1.2.2. Estrategia de desarrollo de .....	169
nuevos mercados.....	169
6.2.2.3. Estrategia de desarrollo de .....	169
nuevos productos.....	169
6.2.2.4. Estrategia de diversificación .....	169
6.1.3. Estrategias según Michael Porter.....	170
6.1.3.1. Estrategia de liderazgo en costes.....	171
6.1.3.2. Estrategia de diferenciación.....	171
6.1.3.3. Estrategia del enfoque .....	172
6.4. Marketing Operativo.....	173
CAPITULO 7 – Aspectos Operacionales.....	179
7.1. Organigrama del sector productivo. ....	179
7.2. Proceso de producción.....	180
7.3. Principales proveedores.....	182
CAPITULO 8 – Responsabilidad Social.....	183
8.1. Impacto ambiental. ....	184
8.2. Impacto socioeconómico .....	184

8.3. Impacto cultural .....	185
8.4. Aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto.....	185
CAPITULO 9 – Plan de expansión .....	187
9.1. Riesgos internos de expansión.....	188
9.2. Riesgos externos de expansión. ....	189
9.3. Barreras de salida.....	190
9.4. Mapa de riesgo.....	193
CAPITULO 10 – Cuadros Financieros.....	194
CONCLUSIÓN.....	206
BIBLIOGRAFÍA.....	207

## **RESUMEN**

El presente plan de negocios consistirá en la creación de una empresa dedicada a la comercialización e instalación de productos a base de vidrio y aluminio. La misma contará con un showroom y depósito en el cuál se exhibirán los diferentes tipos de vidrio y aluminio que podrán ser utilizados en las obras a ser llevadas a cabo. Además, dispondrá de catálogos en los cuáles se detallarán las especificaciones de cada materia prima. El showroom estará situado en la ciudad de Luque, Barrio Laurely.

Mercoglass se constituirá como Sociedad de Responsabilidades Limitadas, y dará empleo a aproximadamente 20 personas de forma directa, totalizando 80 empleos indirectos.

Tendrá como objetivo principal, velar por la seguridad de las personas quienes residirán en las obras una vez terminadas, así como también la de los obreros quienes trabajan en la construcción de estas.

Mercoglass S.R.L, será participe de la reactivación económica pos-pandemia y será un vehículo dinámico que ofrecerá innovación y seguridad en el sector de la construcción.