

Ingeniería Comercial

PintuHouse S.R.L.

**Más que pintar, teñimos de estilo
Aplicación de pintura en obras civiles**

Carlos Javier Armoa Almeida

Asunción-Paraguay

2016

ÍNDICE

Introducción	7
Capítulo 1.....	8
1 Introducción a la idea del proyecto.....	8
1.1 Denominación de la empresa	9
1.2 Requerimientos Jurídicos.....	10
1.2.1 Introducción al Capítulo Jurídico.....	10
1.2.2 Nombre o Razón Social	10
1.2.3 Tipo de sociedad	10
1.2.4 Constitución Jurídica.....	11
1.2.5 Escritura de Constitución.....	12
1.2.6 Deposito en un banco oficial.....	13
1.2.7 Registro Público de Comercio y Registro Público de Personas Jurídicas.....	13
1.2.8 Matrícula de comerciante.....	14
1.2.9 Rubrica de libros.	14
1.2.10 Inscripción en la dirección de apoyo del ministerio de hacienda (RUC).....	15
1.2.11 Apertura en la municipalidad involucrada	15
1.2.12 Instituto Previsión Social	17
1.2.13 Ministerio de Justicia y Trabajo.....	17
1.2.14 Dirección de propiedad intelectual (registro de marca)	18
1.2.15 Localización de la Empresa u Organización.....	22
Capítulo 2.....	25
2 Investigación de Mercados	25
2.1 Definir el problema de Investigación.....	26
2.2 Objetivo General de Investigación.....	26
2.3 Establecer el/los Objetivos de la Investigación.....	27
2.4 Definir los tipos de investigación a utilizarse.	29
2.5 Procedimiento de recolección de datos.....	31
2.6 Determinación del plan y tamaño de la muestra.	35
2.7 Recolección de datos.....	40
2.8 Codificación y tabulación	42
2.9 Análisis de datos.....	44
2.10 Conclusión/informe.....	51
Capítulo 3.....	52
3 Plan de Marketing.....	52
3.1 Análisis de la Macrosegmentación.	53
3.1.1 Mercado de Referencia.	53
3.2 Análisis de la Microsegmentación	56
3.3 Ciclo de Vida del Producto	56
3.4 Análisis de competidores.....	57
3.5 Análisis de la Demanda Global.....	58
3.5.1 Calculo de la Demanda Global del Servicio de Pintores para Obras Civiles.....	58
3.5.2 Cuota de Mercado	60

3.5.3 Objetivo de Venta para el primer año	60
3.5.4 Proyección de Venta	61
3.6 Análisis situacional	62
3.6.1 Marketing MIX.	62
3.6.2 Análisis FODA.....	66
3.6.3 Planeamiento Estratégico.....	74
3.6.4 Programa para fidelización de clientes	78
3.6.5 La Idea en la mente del consumidor	78
Capítulo 4.....	80
4 Plan de Administración	80
4.1 Lineamiento Estratégico	81
4.1.1 Declaración de la Visión.....	81
4.1.2 Declaración de la Misión	81
4.1.3 Análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter).....	82
4.1.4 Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.....	86
4.2 Plan de administración: (Dirección Media)	87
4.2.1 Análisis Situacional – Matriz FODA.....	87
4.2.2 Estrategias.....	87
4.2.3 Planes de acción.....	88
4.3 Estructura Organizacional.....	89
4.3.1 Organigrama	89
4.3.2 Diseño Organizacional – Henry Mintzberg.	90
4.3.3 Diseño de Superestructura	90
4.3.4 Layout	94
4.3.5 Manual de funciones.....	95
4.3.6 Manual de procedimiento.....	107
4.3.7 Fluxograma	110
4.3.8 Recursos Humanos.....	111
4.3.9 Plan de cuentas.....	113
Capítulo 5.....	116
5 Aspecto Económico	116
5.1 Indicadores Económicos.....	117
5.1.1 Producto Interno Bruto (PIB).....	117
5.1.2 La Inflación.....	118
5.1.3 Tipo de Cambio.....	120
5.1.4 Tasa de Desempleo	121
Capítulo 6.....	124
6 Plan Financiero de la empresa	124
6.1 Cuadro de Inversiones.....	125
6.2 Cuadro de Cronograma de Inversiones.....	127
6.3 Cuadro de Depreciación.....	127
6.4 Cuadro de servicio de la deuda	128
6.5 Cuadro de Recursos Humanos.....	129
6.6 Cuadro de Cronograma de Producción y Ventas.....	130
6.7 Cuadro de Ingresos por Ventas.....	131

6.8 Cuadro de Egresos	132
6.9 Cuadro de Punto de Equilibrio.....	134
6.10 Cuadro del cálculo del Capital de Trabajo.....	135
6.11 Cuadro de Estado de Resultado Proyectados con y sin financiamiento.....	136
6.12 Cuadro de Flujo de Caja Proyectado con y sin Financiamiento	138
6.13 Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectados con y sin Financiamiento	140
6.14 Cuadro de Balances Proyectados con y sin financiamiento.....	142
6.15 Ratios financieros.....	144
6.16 Informe.....	145
Conclusión	146
Anexos	147
Bibliografía	163

INTRODUCCIÓN

En la primera etapa del proyecto, se tiene por finalidad elaborar el trabajo de inversión a cinco años, por medio del estudio de mercado, estudio técnico, económico y financiero de una empresa Sociedad de Responsabilidad Limitada, que se dedicara a prestar servicios de aplicación de pinturas para obras civiles dentro del territorio de la República del Paraguay.

El interés para la creación de esta empresa surge por la pasión de la construcción o refacción de casas, que aun no siendo arquitecto o ingeniero podemos llevar a la práctica los gustos personales, trabajando en lo que nos apasiona, sirviendo también de ayuda a personas que no cuentan con suficiente tiempo para la búsqueda y refacción para su vivienda.

Para el desarrollo del proyecto, se han llevado a cabo investigaciones teóricas relacionadas a leyes, decretos, resoluciones, principios contables que reglamentan la profesión y las obligaciones legales que afectan a la actividad.

Por medio del estudio, se muestra paso a paso las gestiones legales ante las instituciones estatales, para la creación de la empresa, mediante el borrador de operaciones se desarrolla el sistema contable de la empresa.

Los principales beneficios que ofrece el proyecto, a los inversionistas e interesados en general, es la demostración sistemática del desarrollo del proyecto, los aspectos relacionados al sistema administrativo y la aplicación del sistema arancelario de acuerdo a las disposiciones legales vigentes.

El objetivo principal, consiste en implementar el proyecto y dar énfasis a los temas relacionados al área comercial, mediante un profundo estudio de las leyes para la aplicación en el campo profesional.