

Ingeniería Comercial

Empresa Unipersonal

“Servicio Técnico de Electrodomésticos J.M”

Yéssica Romina Meaurio Noguera

Asunción - Paraguay

2018

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO.....	1
DEDICATORIA	2
INTRODUCCIÓN.....	3
RESUMEN EJECUTIVO.....	4
CAPITULO 1	6
1.1 Introducción a la idea del proyecto.....	6
1.2 Requerimientos Jurídicos.....	6
1.2.1 Nombre o razón social	6
1.2.2 Tipo de Sociedad	6
1.2.3 Requisitos para la Apertura de una Empresa Unipersonal.....	9
1.2.3.1 Inscripción en la Sub-Secretaria de Estado de Tributación (SET), del Ministerio de Hacienda.....	9
1.2.3.2 Inscripción en la Matricula del Comerciante para Personas Físicas ...	10
1.2.3.3 Solicitud de Rubrica de Libros Contables	13
1.2.3.4 Municipalidad de Asunción (Patente Comercial y Licencia Comercial)	15
1.2.3.5 Inscripción Patronal – Personas físicas Instituto de Previsión Social (IPS).....	19
1.2.3.6 Ministerio de Justicia y Trabajo.....	19
1.2.3.7 Inscripción en la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI).....	20
1.3 Localización de la Empresa por el Método de Factores Ponderados.	23
Capítulo II.....	26
2. Investigación de Mercados.....	26
2.1 Objetivo general de la investigación.....	26
2.2 Establecer los Objetivos de la Investigación.....	26
Objetivos Comportamentales.....	26
Objetivos Afectivos.....	27
Objetivos Cognitivos.....	27
Objetivos Socio – Demográfico:.....	28
2.3. Definir los tipos de investigación a utilizar.....	28
Tipo de Investigación a Utilizar	28
Fuente de Datos	29
Datos Primarios.....	29
Datos Secundarios.....	29
2.4. Procedimiento de recolección de datos	30
Cuestionario del “Servicio Técnico de Electrodomésticos JM”	37
2.5.- Determinación del plan y tamaño de la muestra.	40
Paso 1: Determinar la población.....	40
Paso 2: Marco Muestral.....	40
Paso 3: Tamaño de la muestra	40
Paso 4: Selección de un procedimiento de muestreo.....	41
Paso 5: Seleccionar la muestra.....	43
2.6. Codificación y Tabulación.....	43

2.7.-Análisis de Datos: Resultados de la encuesta	46
2.8.- Conclusiones/ informe final	57
2.9 Valorizar el costo de la investigación de mercado.	58
Capítulo III.....	60
3. Lineamiento Estratégico	60
3.1.- Análisis de la Macro segmentación	60
Mercado de Referencia	60
Macro segmentación para el “Servicio técnico de electrodomésticos JM”.....	60
Misión.....	61
Visión.....	61
3.2.- Análisis de la Micro segmentación.....	61
Análisis de los competidores.....	63
Ciclo de vida del producto o servicio.....	64
3.3 Análisis de la demanda	65
Demanda Global.....	65
3.3.1 Demanda Global.....	66
3.3.2 Cálculo del Mercado Potencial Absoluto	67
Cuota de Mercado	67
3.3.3 Calculo de la Cuota de Mercado.....	67
3.4.- Análisis de las 5 Fuerzas Competitivas de Porter.....	71
3.4.1 El Modelo de las Cinco Fuerzas.....	71
3.5.- Evaluación de la estrategia de la Matriz de ansoff.....	74
3.6.-Argumento de posicionamiento cualitativo.....	75
CAPITULO IV.....	77
Plan de Marketing	77
4.1 Plan de Marketing.	77
4.1.1 Variables controlables.	79
4.1.1.1 Producto.	79
4.1.1.2 Precio.....	80
4.1.1.3 Plaza o Distribución	81
4.1.1.4 Promoción.	81
4.1.1.5 Evidencia Física.....	82
4.1.1.6 Personal Interno.	83
4.1.1.7 Procesos Internos.....	83
4.1.2 Variables No Controlables.	84
4.1.2.1 Competencia.	84
4.1.2.2 Consumidores.....	85
4.1.2.3 Entorno.....	85
4.1.3 Listado Plano.....	86
4.1.4 Matriz de Interacción.	88
Identidad Corporativa	107
Capítulo V	110
Plan de Administración.....	110
5.1. Lineamiento estratégico (Ápice estratégico).....	110
5.1.1 Declaración de la Misión (de acuerdo a la macro segmentación).....	110

5.1.2 Declaración de la Visión. de acuerdo a la macro segmentación.	110
5.2 Plan de Administración (Dirección Media).....	110
5.2.1 Análisis Situacional – Matriz FODA	110
5.3.- Estructura Organizacional	125
5.3.1.- Organigrama	125
5.3.2.- Layout	130
5.3.3.- Manual de Funciones.....	133
5.3.4.- Manual de Procedimiento.	148
5.3.5.- Fluxogramas.....	151
5.3.6.- Recursos Humanos	156
5.4.- Análisis de Estructura de Costos.....	161
5.5.- Plan de Cuentas	163
CAPITULO VI.....	195
6.1. Aspecto Económico.....	195
6.1.1. Producto Interno Bruto (PIB)	195
6.1.3. Balanza Comercial.....	197
6.1.4. Fluctuación del tipo de cambio	198
6.1.4. Comportamiento de la reserva monetaria.....	199
6.1.5. Déficit fiscal	200
CAPITULO VII.....	202
PLAN FINANCIERO DE LA EMPRESA.....	202
1- Cuadro de inversiones.....	202
Cuadro 1 a. Resumen de Inversiones en Activos Fijos.....	203
Cuadro 1b. Resumen de los Gastos de Pre inversión	204
2- Cuadro Cronograma de Inversiones	204
3- Cuadro de Depreciación.....	205
4- Cuadro de Servicio de la Deuda	207
5- Cuadro RRHH.....	208
6- Cronograma de Producción y Ventas.....	209
8- Cuadro Costos Totales.....	211
9- Cuadro Punto de Equilibrio	212
10- Cuadro Capital de Trabajo	213
11- Cuadro Estados de Resultados Proyectos con Financiamiento.....	214
12- Cuadro de Estado de Resultado Proyectado Sin Financiamiento.....	215
13- Cuadro Flujos de Caja Proyectos con Financiamiento.....	216
14- Cuadro de flujo de caja proyectado sin financiamiento	217
15. Cuadro Balances Proyectados con Financiamiento.....	218
16. Cuadro Balances Proyectados sin Financiamiento.....	219
CONCLUSIÓN.....	221
RECOMENDACIÓN.....	222
BIBLIOGRAFIA	223

RESUMEN

Este proyecto de negocio busca determinar si resulta factible y rentable la implementación de una empresa de reparaciones de electrodomésticos en el barrio Bella Vista de Asunción. Para establecer la factibilidad del proyecto se realiza un estudio de mercado para identificar y cuantificar el mercado meta.

Para poder llegar a los clientes se elabora un plan de marketing para la empresa Servicio Técnico de Electrodomésticos J.M.

El proyecto de negocio también realiza una descripción del proceso productivo de la empresa y la planificación de los recursos humanos.

Para determinar la rentabilidad del proyecto se realiza un estudio económico financiero evaluando el proyecto mediante el VAN y la TIR, usando el método del valor presente ajustado.

Finalmente, el proyecto de negocio refleja una viabilidad económica financiera, donde la inversión inicial es recuperada en el 2do año de funcionamiento y el Van es positivo, lo cual significa que el proyecto será rentable y puede llevarse a cabo. La Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 55,1 % y nuestra relación Costo Beneficio es de 1,46 veces nuestra inversión inicial.