

**Ingeniería Comercial**

***EDMAR S.R.L***

**Centro de Estética Automotriz**

***“Tu punto de confianza”***

**Alumnos:**

**Marcelo Eduardo Diaz Nuñez**

**Edgar Daniel Maidana Lesmo**

**Asunción-Paraguay**

**2022**

## ÍNDICE

Introducción.....	11
Capítulo 1: Descripción de Negocio y Estructura Legal .....	14
1.1 Concepto de Negocio.....	14
1.2 Visión .....	14
1.3 Misión.....	15
1.4 Valores.....	15
1.5 Objetivos .....	15
1.6 Objetivos generales.....	16
1.7 Objetivos específicos .....	16
1.8 Macro Localización.....	16
1.10. Puntuaciones de las distintas alternativas.....	18
1.11. Ventaja Competitiva.....	19
Capítulo 2: Aspectos Jurídicos .....	21
2.1. Proceso de apertura del Negocio .....	21
2.1.1. Contenido de Estatuto Social .....	21
2.1.2. Matrícula del Comerciante.....	21
2.1.3. Inscripción en el Ministerio de Hacienda .....	22
2.1.4. Inscripción en el Ministerio de Industria y Comercio .....	25
2.1.5. Patente Municipal.....	26
2.1.6. Rúbrica de libros contables .....	26
2.2. Instituto de Previsión Social (IPS) .....	28
2.2.1. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS) .....	29
2.3. SUACE.....	30
2.3.1. Para Sociedad de Responsabilidad Limitada.....	31
2.4. Leyes que afectan al Proyecto .....	36
Constitución Nacional.....	36
Ley 1183/85 Código Civil.....	36
Ley 213/93 Código Laboral .....	36
Ley 1034/83 Del Comerciante .....	37
Ley 1352/88 RUC. Ministerio De Hacienda .....	37
Ley 881/81 Régimen Tributario Municipal.....	38
Ley 125/91 Y 2421/04 Régimen Impositivo (IVA) .....	38
Ley 284/ 71 Tasas Judiciales .....	39
Ley 1294/98 De Marcas .....	39
Ley 836/80 Código Sanitario .....	40
Otras leyes. Ley N° 6738:.....	41
2.5. Plan Fiscal.....	42
Capítulo 3 Aspectos Económicos .....	43
3.1. Macroeconomía .....	43
3.2. Microeconomía.....	45
Capítulo 4: Aspectos Administrativos .....	50
4.1. Estructura organizacional.....	50
4.2. Organigrama .....	50

a) Organigrama General de la empresa EDMAR S.R.L .....	50
Figura N.º 1: Organigrama.....	50
4.3. Ápice estratégico.....	51
4.4. Línea media .....	51
4.5. Núcleo de operaciones.....	52
4.6. Staff de apoyo.....	52
4.7. Tecnoestructura .....	52
4.8. Configuraciones Estructurales.....	53
c) ELEMENTOS ESTRUCTURALES.....	55
Cuadro 1: Elementos estructurales .....	56
4.9. Estrategias de recursos humanos .....	56
Definición del perfil del candidato.....	56
Adiestramiento, capacitación y seguimiento.....	58
d) Manual de Organización y Funciones .....	60
Cuadro 2: Organización y funciones .....	60
4.10. Organigrama general de la empresa.....	62
Figura N° 2: Organigrama de la empresa.....	62
e) Manual de Procedimientos .....	63
f) Flujograma.....	63
Figura N.º3: Flujograma.....	64
g) Layout.....	65
Capítulo 5: Análisis de Mercado .....	66
5.1. Investigación de mercado.....	66
Tabla 1: VEA.....	75
Gráfico 1: Utilización de servicios.....	77
Gráfico 2: Disposición a utilización de servicios .....	78
Gráfico 3: Conocimiento de casas de estudio detail y/o equipamientos.....	78
Gráfico 4: Pago por tratamiento Nano cerámico.....	79
Fuente: Elaboración propia .....	79
Gráfico 5: Pago de servicio para equipamiento de vehículo .....	80
Gráfico 6: Grado de importancia de atributos .....	81
Gráfico 7: Servicio recibido por parte de la empresa .....	81
Gráfico 8: Información recibida a las empresas dedicadas al rubro de studio detal .....	82
Gráfico 9: Motivación para adquirir servicios de un studio detail.....	83
Fuente: Elaboración propia .....	83
Gráfico 10: Gasto aproximado de servicios en studio detail .....	84
Gráfico 11: Frecuencia de utilización de los servicios de la empresa .....	84
Fuente: Elaboración propia .....	84
Gráfica 12: Promedio de ingreso mensual.....	85
Gráfico 13: Estado civil actual .....	85
Gráfico 14: Sexo de las personas.....	86
Gráfico 15: Edad de las personas .....	86
5.3 Principales competidores .....	87
Tabla 2: Competencia Potencial.....	88
Tabla 3: Competencia actual, rivalidad entre empresas .....	88

Tabla 4: Poder de los proveedores.....	89
Tabla 5: Poder de los clientes .....	89
Fuente: Elaboración propia .....	90
Tabla 7: Resumen del Análisis del Sector .....	90
Capítulo 6: Plan de Marketing .....	92
Cuadro 3 .....	93
6.2. Marketing Estratégico .....	94
Cuadro 4: Mercados y productos.....	95
Fuente: Elaboración propia .....	95
6.3Estrategias según Michael Porter .....	96
Cuadro 5: Ventaja estratégica .....	97
7.3. Marketing Operativo.....	98
Cuadro 6: Precios estandarizados.....	99
CAPITULO 7: Aspectos Operacionales .....	102
Capítulo 8: Responsabilidad Social .....	106
Capítulo 9: Plan de Expansión .....	108
Cuadro 8: CRONOGRAMA .....	111
Cuadro 9: SERVICIO DE DEUDA .....	112
Cuadro 10: VENTAS .....	112
Cuadro 11: CAPITAL DE TRABAJO REQUERIDO .....	113
Cuadro 12: ESTRUCTURA DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES.....	114
Cuadro 13: COSTOS DEL PROYECTO.....	115
Cuadro 14: ESTADOS DE RESULTADOS.....	116
Cuadro 15: RENTABILIDAD DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO .....	117
Cuadro 16: RENTABILIDAD DEL PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO .....	117
Cuadro 17: DEPRECIACIONES.....	118
Cuadro 18: FUENTES Y USOS DE FONDOS.....	119
Cuadro 19: PUNTO DE EQUILIBRIO.....	120
Cuadro 20: BALANCES PROYECTADOS.....	121
CONCLUSIÓN .....	122
ANEXOS.....	123
BIBLIOGRAFIA.....	129

## INTRODUCCIÓN

El detailing, referido en español el detallado de vehículos, así como el equipamiento de los mismos se ha vuelto un mercado bastante interesante para los amantes del mundo automotriz, aquellas personas que tienen la necesidad de mantener sus vehículos totalmente equipados e higienizados continuamente. Es por esa razón, que nace la idea de crear una empresa como EDMAR, un proyecto

motivado por la necesidad latente del mercado, en este caso específicamente de la ciudad de Limpio, ubicado en el departamento central de Asunción.

El detailing, se trata de un servicio focalizado en la limpieza perfecta y el cuidado externo e interno de todo tipo de vehículos, tales como: automóviles, lanchas, motos, entre otros sin dañar los materiales que la componen, además se encarga de brindar soluciones a aquellos defectos estéticos y de proteger al vehículo de agentes externos, tales como el sol, la lluvia ácida o cualquier otro fenómeno natural que cause alguna agresión directa al material.

EDMAR S.R.L., también pondrá a disposición de sus clientes otro tipo de servicios complementarios para el automóvil, tales como; servicio de instalación de audio y polarizados, con el fin de satisfacer las necesidades de todas aquellas personas que buscan un servicio diferenciado y garantizado en un centro de estética y equipamiento automotriz.

La creación de éste proyecto se centra principalmente en entender que para construir una organización productiva y eficiente, es necesario dar especial importancia al capital humano, además de comprender que los jóvenes nacidos entre los 80 y los 2000, que ocupan gran parte del mercado laboral actualmente, tienen un pensamiento muy distinto sobre el trabajo, está demostrado que estos jóvenes valoran más su tiempo de ocio y su desarrollo profesional, es decir, para tener felices a los trabajadores y que estos sean realmente productivos y beneficiosos para la empresa, es necesario valorar sus pensamientos, ideas y opiniones, para ello, la empresa buscará ajustarse y adoptar modelos de estructuras flexibles. La empresa buscará diferenciarse de la competencia, seleccionando personas con ganas de crecer, superarse, con capacidad resolutiva y lo más importante ser un/una apasionado/a por el mundo automotriz, para que éste modelo de negocio se vea reflejado directamente en la calidez del servicio de atención al cliente.

La finalidad de este proyecto es demostrar la viabilidad económica de brindar servicios de detailing y equipamiento en el mercado de la ciudad de Limpio, un mercado con una demanda amplia, poco satisfecha, debido a que actualmente no existe un centro de estética y equipamiento automotriz integral en el que puedan encontrar los servicios ideales para sus vehículos.

La motivación académica y profesional recae en la aplicación de los conceptos aprendidos a lo largo de la carrera, demostrando a través de este proyecto todos los conocimientos adquiridos y proyectarlos en esta idea de negocio que es el sueño de dos estudiantes amantes del rubro, que poseen la intención de contribuir económicamente con la sociedad y el país.

La metodología a ser implementada a lo largo de esta tesis será la teórica y práctica, es decir, cada capítulo, será desarrollado bajo conceptos teóricos respaldada por grandes

autores expertos en cada tema y seguidamente, se explicará cada punto la forma en que éstos se implementarán en el proyecto.

La tesis estará compuesta por diez capítulos, en el que se describirán la idea del negocio, es decir, el servicio que se prestará, a quienes va dirigido, para qué mercado específicamente y la finalidad del mismo. Además, se expondrán la misión y la visión empresarial respectivamente. Otro tema a tratar en el capítulo primero, son los valores que la empresa impartirá entre sus colaboradores y los objetivos que la empresa implementará en el corto y mediano plazo de su introducción al mercado. Así también, se definirán los puntos de la macro localización para definir y demostrar el lugar más conveniente para la localización de la empresa, y, por último, se definirá la ventaja competitiva de la empresa.

Seguidamente, en el capítulo segundo, se expondrán los aspectos jurídicos, en donde se definirán todos los requerimientos legales para la constitución de la empresa, se explicará a detalle los procedimientos a seguir, tanto los aspectos administrativos como los trámites legales que la empresa deberá llevar a cabo para conseguir la apertura de EDMAR S.R.L. Al final de este capítulo, se detallará la redacción de los documentos de apertura de la sociedad que serán presentadas en las distintas instituciones del estado.

En el capítulo tercero, se explicarán algunos conceptos macro y micro económicos, en éste último se calculará la elasticidad de la demanda en base a los datos previamente establecidos por los analistas de este proyecto. Seguidamente, en el cuarto capítulo se tratarán algunos aspectos administrativos, en el cual se mostrará la estructura jerárquica de la empresa, el organigrama según Henry Mintzberg y las configuraciones estructurales. A su vez, en este capítulo se muestran las estrategias y políticas de recursos humanos, los manuales de funciones, procedimientos, el flujograma y layout de la empresa.

En el quinto capítulo, se exponen los resultados de la investigación y análisis de mercado, seguido de la proyección de ventas, teniendo en cuenta los datos recolectados. Por otro lado, se realizará un análisis de la estructura competitiva del sector utilizando el modelo de Michael Porter.

En el sexto capítulo, se realiza el plan de marketing en donde se analizará las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa para luego establecer las mejores estrategias de marketing, teniendo en cuenta el criterio de Igor Ansoff y las de Michael Porter.

En el séptimo capítulo, se describen los aspectos operacionales de la empresa.

En el octavo capítulo, se describe de qué manera la empresa contribuye con la responsabilidad social empresarial desde el punto de vista, ambiental, cultural y social.

En el penúltimo capítulo la empresa expone sus planes de expansión, en el cual se muestra un mapa de riesgo a detalle.

Finalmente, la empresa expone los aspectos financieros del proyecto que se evalúan en base a la valoración económica de cada capítulo, es decir, en base a los costos y gastos que genera la elaboración del plan de negocios y por otro lado, se consideran las proyecciones de ventas, de tal modo a presentar un balance y flujo de caja proyectados en el que se concluirá si se considera viable y rentable la elaboración del proyecto.