

**Licenciatura en Administración de Empresas**

***“DETWASH PY S.R.L.”***

**Alumno:**

**José Fabián Cárdenas Romero**

**SAN LORENZO – PARAGUAY**

**2023**

# ÍNDICE

Agradecimiento .....	3
Dedicatoria .....	4
Introducción.....	21
Justificación.....	23
1. CAPITULO I – ASPECTO JURÍDICO .....	24
1.1. Introducción a la Idea del Proyecto .....	25
1.2. Concepto del Negocio .....	26
1.3. El Producto o Servicio a Ofrecer.....	27
1.4. Descripción del Cliente Potencial .....	28
1.5. Objetivo General .....	28
1.6. Objetivos Específicos .....	28
1.7. Requerimientos Jurídicos. ....	29
1.7.1. Nombre o Razón Social.....	29
1.7.2. Tipo de Sociedad .....	30
1.7.3. Aspectos administrativos y legales relacionados para el proceso de apertura y constitución jurídica - Según el tipo de sociedad a establecer. ....	34
1.7.3.1 Redacción de la Escritura de Constitución de la Empresa .....	35
1.7.3.2. Depósito de Garantía en un Banco Oficial (BNF).....	39
1.7.3.3 Inscripción en la Dirección de Registro Público .....	39
1.7.3.4 Matricula de Comerciante .....	42
1.7.3.5 Rubrica de Libros Contables. ....	44
1.7.3.6 Inscripción en la dirección de apoyo del Ministerio de Hacienda (R.U.C.). ....	46
1.7.3.7 Inscripción en el Registro Administrativo de personas físicas y estructuras Jurídicas y el Registro Administrativo de Beneficiarios Finales .....	46
1.7.3.8 Apertura en la municipalidad involucrada (patentes).....	51
1.7.3.9 El Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible.....	53
1.7.3.10 Instituto de Previsión Social (I.P.S.).....	61
1.7.3.11 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS). ....	62
1.7.3.12 Dirección de Propiedad Intelectual (registro de marcas).....	64
1.8. Presupuesto Jurídico Inicial (realizar un cuadro resumen del costo de cada trámite y valor total del mismo).....	66
1.9. Obligaciones fiscales, municipales y laborales Realizar un cuadro resumen indicando la fecha de vencimiento.....	66
1.10. Formato de documentaciones de la Empresa.....	69
2. CAPITULO II - INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	70
2.1 Definición. ....	71
2.2 El proceso de investigación de mercados. ....	71
2.2.1 Necesidad de la Información .....	72
2.2.2 Especificar los objetivos de la investigación y las necesidades de información.....	73
2.2.3. Objetivo general. ....	73
2.2.4. Objetivos y requerimientos de la investigación:.....	73

2.2.4.1	Objetivo Afectivo .....	73
2.2.4.2	Objetivo Cognitivo .....	75
2.2.4.3	Objetivo Comportamental .....	76
2.2.4.4	Objetivo Sociodemográfico.....	78
2.2.4.5	Determinar el diseño de la investigación y las fuentes de datos. ....	79
2.2.4.6	Investigación exploratoria .....	79
2.2.4.7	Investigación concluyente. ....	83
2.2.3	Procedimiento de recolección de datos. ....	84
2.2.3.1	Cuestionario estructurado. ....	103
2.2.4	Diseño de la muestra .....	112
2.2.4.1	Definir la población.....	113
2.2.4.2	Identificar el marco muestral.....	113
2.2.4.3	Determinar el tamaño de la muestra .....	116
2.2.4.4	Seleccionar un procedimiento de muestreo .....	116
2.2.4.5	Seleccionar la muestra .....	117
2.2.5	Recolección de los datos. ....	118
2.2.6	Procesar datos.....	119
2.2.7	Resultados de la investigación.....	160
2.3	Presupuesto de la investigación.....	160
3.	CAPITULO III - LINEAMIENTO ESTRATEGICO .....	161
3.1.	Introducción Plan de Marketing .....	162
3.2	Análisis de la Macro segmentación.....	162
3.3	Declaración de la misión y visión.....	166
3.3.1.	Declaración de la Visión .....	166
3.3.2.	Declaración de la Misión.....	166
3.4.	Análisis de la Micro segmentación.....	166
3.4.1.	Mercado Objetivo .....	167
3.4.2.	Ciclo de vida del Producto .....	167
3.5.	Análisis de la Demanda .....	170
3.5.1.	Demanda de servicios de consumo.....	171
3.5.2.	Demanda Global .....	171
3.5.3.	Mercado potencial absoluto.....	174
3.5.4.	Cuota de mercado .....	176
3.5.5.	Demanda de la empresa como objetivo de ventas.....	177
3.6.	Estimación de Ventas .....	177
3.6.1.	Cálculo de la Estimación de Venta del Proyecto– 1º Año .....	177
3.6.2.	Cálculo de la Estimación de Ventas del Proyecto .....	177
3.7.	Localización .....	178
3.7.1.	Macro localización .....	178
3.7.2.	Micro localización .....	180
3.8.	Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter. ....	182
3.8.1.	Amenaza de la entrada de los nuevos competidores. ....	184
3.8.2.	Poder de negociación de los proveedores.....	185
3.8.3.	Poder de negociación de los compradores.....	185
3.8.4.	Amenaza en tus ingresos por productos sustitutos.....	186
3.8.5.	Rivalidad entre competidores.....	186
3.9.	Matriz de Ansoff, estrategias de crecimiento .....	188
4.	CAPITULO IV – PLAN DE MARKETING.....	191
4.1	Análisis Situacional .....	192

4.1.1 Variables Controlables .....	192
4.1.1.1 Producto.....	192
4.1.1.3 Plaza .....	194
4.1.1.4 Promoción.....	195
4.1.1.5 Proceso .....	196
4.1.1.6 Presencia Física .....	196
4.1.1.7 Personal .....	197
4.1.2 Variables No Controlables .....	197
4.1.2.1 Consumidores .....	198
4.1.2.2 Competencia .....	198
4.1.2.3 Mercado .....	199
4.1.2.4 Entorno .....	199
4.1.3 Matriz de Interacciones .....	200
4.1.4 Matriz Foda .....	202
4.1.4.1 Objetivos del Plan de Marketing .....	203
4.1.4.2 Estrategias.....	204
4.2. Resumen de la Inversión del Plan de Marketing .....	213
4.3 Identidad Corporativa.....	213
Isotipo .....	213
4.3.1 Manual de la Marca Corporativa de “DETWASH PY S.R.L.” .....	215
. Logotipo .....	215
. Factura .....	216
. Uniformes .....	216
5. CAPITULO V – ADMINISTRACIÓN.....	218
5.1 Lineamiento Estratégico .....	219
5.1.1 Declaración de la Misión .....	219
5.1.2 Declaración de la Visión .....	219
5.1.3 Valores.....	219
5.2 Plan de Administración .....	220
5.2.1 Análisis Situacional – Matriz FODA.....	220
5.2.1.1 Variables Controlables .....	220
5.2.2.1 Variables No Controlables.....	222
5.2.1.3Listado Plano .....	225
5.1.2.4 Matriz de Interacción.....	229
5.2.1.5 Matriz FODA.....	231
5.1.2.6 Objetivos de Administración .....	232
5.3 Estructura Organizacional .....	237
5.3.1 Organigrama .....	238
5.3.2 Partes funcionales de la Organización, según el criterio de Henry Mintzberg .....	239
5.3.2.1 El Ápice Estratégico .....	240
5.3.2.2 El Núcleo Operativo .....	241
5.2.2.3 La Línea Intermedia .....	242
5.2.2.4 El Staff de Apoyo .....	243
5.3.3. Tipos de Estructura según Henry Mintzberg .....	244
5.3.4. Manual de Organización y Funciones ( MOF ) .....	246
5.3.5. Manual de Procedimientos .....	255
5.3.6. Fluxogramas .....	261
5.3.7 Descripción del Proceso de Recursos Humanos .....	265
5.3.8. Layout.....	266

5.3.8.1 Métodos de distribución.....	267
5.3.8.2 Layout DTWASH PY S.R.L.....	271
5.3.9. Estructura de Costos.....	271
5.3.9.1. Recurso Humano.....	271
5.3.9.2. Mano de Obra.....	272
5.3.9.3 Activo Fijo.....	273
5.3.9.4. Gastos de Pre inversión.....	275
5.3.10 Plan de Cuentas.....	276
UNIDAD VI - ASPECTO ECONÓMICO.....	283
6.1.1. Producto Interno Bruto.....	284
6.1.2. Contexto mundial y regional.....	284
6.1.3. Contexto doméstico por el lado de la producción.....	287
6.1.4. Contexto doméstico por el lado del gasto.....	290
6.1.5. Variación del dólar.....	292
6.1.6. Oferta y demanda.....	292
6.1.7. Inflación.....	292
6.1.8. Tasas de interés.....	294
6.1.9. Comercio Internacional.....	294
6.2. Contexto Politico y Social.....	295
6.2.1. Población y distribución.....	296
6.2.2. Índice de pobreza.....	297
6.2.3. Indicadores de Ingresos.....	301
6.2.4. Tasa de natalidad y mortalidad.....	304
6.2.5. Tasa de desocupación.....	306
6.2.6. Población fuera de la fuerza de trabajo (Inactivos).....	307
CAPITULO VII – FINANCIERO.....	309
Plan Financiero.....	310
Información Relevante Plan Financiero.....	311
Inversiones.....	311
Cronograma de Inversión y Financiamiento.....	311
Depreciaciones y Amortizaciones.....	311
Servicio de Deuda.....	312
Mano de Obra.....	313
Cronograma de Producción y Ventas.....	313
Ingresos por ventas.....	313
Costos Totales.....	314
Punto de Equilibrio.....	317
Capital de Trabajo.....	318
Estados de Resultados.....	318
Flujos de Caja Proyectados.....	319
Valor actual neto (VAN).....	320
Tasa interna de retorno (TIR).....	321
Balances Proyectados.....	321
Indicadores Financieros.....	322
7.1 Cuadro de Inversiones y Financiamiento.....	324
7.1.1 Resumen de Inversiones en Activos Fijos.....	325
7.1.2 Resumen de los Gastos de Pre inversión.....	326
7.2 Cronograma de Inversiones y Financiaciones.....	327
7.3 Depreciaciones y Amortizaciones.....	328
7.4 Servicio de Deuda.....	329

7.5 Costos Totales .....	335
7.6 Punto de Equilibrio .....	336
7.7 Capital de Trabajo .....	337
7.8 Estados De Resultados Proyectos Con Financiamiento.....	338
7.9 Estados De Resultados Proyectos Sin Financiamiento.....	339
7.10Flujos De Caja Proyectos Con Financiamiento .....	340
7.11 Flujos De Caja Proyectos Sin Financiamiento .....	341
7.12 Origen Y Aplicación De Fondos Con Financiamiento .....	342
7.13 Origen Y Aplicación De Fondos Sin Financiamiento .....	343
7.14 Balances Projectados Con Financiamiento .....	344
7.15 Balances Projectados Sin Financiamiento .....	345
7.16 Indicadores Financieros.....	346

## **RESUMEN EJECUTIVO**

En los últimos años, ha habido un interés creciente en la concientización de la protección del medio ambiente y el cuidado de los recursos naturales. En la actualidad, el lavado vehicular ecológico es considerado una alternativa responsable y sostenible que promueve la conservación del agua, reduce la contaminación y utiliza productos no tóxicos. Al elegir este enfoque de lavado, se contribuirá a la protección del medio ambiente y al cuidado de los recursos naturales, sin comprometer la limpieza y el aspecto de los vehículos.

El proyecto se enfocará en los estudios relacionados de la factibilidad de la puesta en marcha de DETWASH PY S.RL., modelo de negocio relacionada en la prestación de servicio de limpieza integral ecológica de vehículos, así como también el servicio de detailing

El propósito esencial de la creación de la propuesta de negocio consistirá en presentar una propuesta de carácter innovador que brindará experiencias agradables respecto a la temática y los servicios a ofrecer, relacionados a la limpieza integral de vehículos, donde se utilizarán productos ecológicos, ofreciendo servicios de calidad.

Se tendrán a disposición distintos tipos de estudios y procesos que fueron puliéndose hasta lograr con el objetivo del desarrollo del Proyecto. Las estrategias, métodos y adaptaciones a las que se incurrieron en el proceso.

Cada proceso desarrollado formó parte del aprendizaje de los años de estudio de la carrera. No solo será útil para la motivación de aquellas personas emprendedoras, sino también a aquellas que estén realizando algún tipo de proyecto estudiantil.

En los capítulos se apreciarán pensamientos e ideas personales apoyados por conceptos de personas ilustres e informaciones relevantes recabadas de páginas de internet. En el capítulo final, se observarán los cuadros de desarrollo financiero. Que son en pocas palabras; la deducción en números de la factibilidad de este trabajo.