

Ingeniería Comercial

“G & M IMPERMEABILIZACIONES S.R.L.”

Alumnas:

Luz María González Hermosa

Liz Paola Medina Martínez

SAN LORENZO – PARAGUAY

2019

ÍNDICE

Contenido	
Agradecimientos.....	3
Dedicatoria.....	4
Índice	5
Índice de tablas, figuras y gráficos.	14
Introducción.....	18
Justificación del trabajo.	19
1. CAPÍTULO I - ASPECTOS JURÍDICOS.....	21
1.1. Introducción de Aspectos Jurídicos.	21
1.2. Requerimientos Jurídicos.....	21
1.2.1. Nombre o Razón Social	21
1.2.2. Razón de la elección del tipo de sociedad.....	21
1.3. Constitución jurídica	22
1.4. Escritura de Constitución y Aporte de Capital	22
1.4.1. Inscripciones en el Registro Público de Comercio e Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones.....	23
1.4.2. Requisitos particulares para apertura.	23
1.4.2.1. Requisitos de la Escritura de Constitución, de Aporte y Capital	24
1.4.3. Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones.....	24
1.4.4. Matrícula de Comerciante.....	26
1.4.5. Rubrica de libros contables	27
1.4.6. Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (R.U.C.) ..	28
1.4.6.1. Inscripción en el RUC.....	28
1.4.6.2. Publicaciones	29
1.4.7. Apertura en la Municipalidad de San Lorenzo.	30
1.4.7.1. Patente comercial	30
1.4.7.2. Licencia comercial	31
1.4.8. Instituto de Previsión Social (I.P.S.)	31
1.4.9. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS)	32
1.4.10. Dirección Nacional de Propiedad Intelectual	33
1.4.11. Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADES)	34
1.5. Costos de registros de empresas	36
1.6. Presupuesto jurídico inicial.....	38
2. CAPÍTULO II - INVESTIGACIÓN DE MERCADO	40
2.1. Investigación de Mercado.	40
2.2. Objetivos de la Investigación. Desarrollo.	41
2.3. Objetivos Generales de la Investigación.....	41
2.4. Objetivos y requerimientos de la investigación.	41
2.4.1. Objetivos Cognitivos	41
2.4.2. Objetivos Afectivos.	41
2.4.3. Objetivos Comportamental	42
2.5. Diseño de Investigación y Fuente de Datos.	42
2.5.1. Investigación Exploratoria.....	42
2.5.2. Investigación Concluyente.....	43

2.5.2.1.	Investigación Descriptiva.....	43
2.5.2.2.	Investigación Causal	43
2.5.2.3.	Monitoreo de desempeño.	44
2.5.2.4.	Definir los tipos de investigación a utilizarse:	44
2.5.2.5.	Instrumento de recolección de datos a utilizarse.	45
2.5.2.6.	Recolección de datos.....	45
2.6.	Diseño de la Muestra.	55
2.6.1.	Definir la Población	55
2.6.2.	Marco Muestral	56
2.6.3.	Determinación del tamaño de la muestra.	62
2.6.4.	Selección de un procedimiento de muestreo.....	63
2.6.4.1.	Muestreo Probabilístico.	63
2.6.4.2.	Procedimientos muestra no Probabilístico.....	63
2.6.4.3.	Procedimientos de muestreo a utilizarse	65
2.6.5.	Selección de la Muestra.	65
2.7.	Procesamiento de Datos.	66
2.8.	Resultados de la investigación.	83
3.	CAPÍTULO III - MARKETING	85
3.1.	Introducción de plan de marketing.....	85
3.2.	Análisis de la Macro Segmentación.....	86
3.2.1.	Mercado de referencia.....	87
3.3.	Análisis de la Micro segmentación.	89
3.3.1.	Mercado objetivo.	91
3.4.	Análisis de la demanda	92
3.4.1.	Cálculo de inversión anual promedio de las empresas	92
3.4.2.	Inversión promedio por empresas.	93
3.4.3.	Demanda global	93
3.4.4.	Mercado potencial absoluto.	94
3.4.5.	Cuota Mercado.....	94
3.5.	Modelo del ciclo de vida del producto.....	96
3.5.1.	Etapas de ciclo de vida de producto.....	96
3.6.	Gráfico de ciclo de vida de producto.	97
3.7.	Análisis situacional - FODA marketing.....	98
3.7.1.	Análisis interno.	99
3.7.2.	Análisis externo.	100
3.8.	Variables controlables.....	100
3.9.	Evaluación de las 7 p del MARKETING MIX.....	100
3.10.	Evaluación de factores externos.....	104
3.10.1.	Variables no controlables.....	104
3.11.	Evaluación de tres factores externos.....	104
3.12.	Cuadro plano FODA	106
3.13.	Cuadro de interacción FODA	107
3.14.	Matriz FODA	109
3.15.	Matriz FODA DE MKT	110
3.16.	Objetivos de marketing	112
3.16.1.	Resumen de gastos de implementación del plan de marketing.....	121

3.17.	Identidad Corporativa.	122
3.17.1.	Manual de Identidad Corporativa.	123
3.17.1.1.	Isologo.....	124
3.17.1.2.	Recibo de Dinero.	126
3.17.1.3.	Factura.....	127
3.17.1.4.	Hoja membretada tamaño oficio	128
3.17.1.5.	Sobre membretado.	129
3.17.1.6.	Tarjeta Personal	130
3.17.1.7.	Carpeta personalizada	131
3.17.1.8.	Bolígrafos.....	132
3.17.1.9.	Anotador	133
3.17.1.10.	Uniforme.	134
3.17.1.12.	Banners.	135
3.18.	Presupuesto de Identidad corporativa	136
3.19.	Presupuesto general de marketing.....	136
4.	CAPÍTULO IV - ADMINISTRATIVO.....	138
4.1.	Introducción administrativo.	138
4.2.	Descripción de la empresa.	138
4.3.	Lineamiento Estratégico.	138
4.3.2.	Misión.	139
4.3.2.1.	Misión de G&M Impermeabilizaciones S.R.L	139
4.3.3.	Visión.	139
4.3.3.1.	Visión de G&M Impermeabilizaciones S.R.L.	139
4.4.	Localización.	140
4.4.1.	Método de factores ponderados	140
4.4.2.1.	Macro localización	141
4.4.2.2.	Micro localización.	143
4.5.	Análisis de la estrategia competitiva.....	145
4.5.1.	Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter.....	145
4.5.2.	Las 5 fuerzas de Porter.....	146
4.5.3.	Valorización de las 5 fuerzas de Porter.....	147
4.5.3.1.	Poder de negociación de los clientes.....	147
4.5.3.2.	Poder de negociación de los proveedores	148
4.5.3.3.	Amenazas de nuevos competidores.	149
4.5.3.4.	Rivalidad entre las empresas.....	150
4.5.3.5.	Amenazas de productos sustitutos.	151
4.5.4.	Análisis de las 5 fuerzas de Porter	151
4.6.	Matriz de Ansoff, estrategias de crecimiento.	152
4.6.1.	Estrategia de penetración de mercado.....	153
4.6.2.	Estrategias de desarrollo de nuevos mercados.....	153
4.6.3.	Estrategias de desarrollo de nuevos productos.	154
4.6.4.	Estrategias de diversificación.....	154
4.7.	Análisis situacional - Matriz FODA administrativo.	155
4.7.1.	Variables controlables.....	155
4.7.1.1.	Costos.....	155
4.7.1.2.	Recursos financieros.	156

4.7.1.3.	Recursos humanos	156
4.7.1.4.	Gestión de calidad.....	156
4.7.1.5.	Entrega.....	157
4.7.1.6.	Recursos informáticos.....	157
4.7.2.	VARIABLES NO CONTROLABLES.....	158
4.7.2.1.	Proveedores.....	158
4.7.2.2.	Negocio con los Bancos.....	158
4.7.2.3.	Entorno económico	159
4.7.2.4.	Legal	159
4.7.2.5.	Competidores.....	160
4.8.	Listado plano.....	161
4.9.	Cuadro de interacción FODA	162
4.10.	Matriz FODA de Administración.....	164
4.10.1.	Objetivos de Administración	166
4.11.	Organigrama.....	169
4.11.1.	Representación gráfica de la estructura organizacional de G&M Impermeabilizaciones S.R.L.....	169
4.12.	Estructura Funcional	171
4.12.1.	Organigrama Funcional	171
4.13.	Representación gráfica de la Estructura Funcional de Mintzberg	172
4.14.	Representación Gráfica de la Estructura funcional de Mintzberg	175
4.14.1.	Representación Gráfica de la Estructura funcional de Mintzberg. G&M Impermeabilizaciones S.R.L.....	176
4.15.	Estructura organizacional.....	176
4.15.1.	Estructura organizacional simple.....	176
4.16.	Manual de funciones	177
4.16.1.	Funciones del Gerente General	178
4.16.2.	Funciones de Secretaria de Gerencia	179
4.16.3.	Funciones del Supervisor Comercial	180
4.16.4.	Funciones del Encargado de Ventas	181
4.16.5.	Funciones del Supervisor Operativo.....	182
4.16.6.	Funciones del Arquitecto.....	183
4.16.7.	Funciones del Encargado de Obra.....	184
4.16.8.	Funciones del Silletero.....	185
4.16.9.	Funciones del Oficial de Obra.....	186
4.16.10.	Funciones del Chofer	187
4.16.11.	Funciones del Supervisor Administrativo.....	188
4.16.12.	Funciones del Auxiliar Administrativo.....	189
4.16.13.	Funciones del Encargado de Depósito.....	190
4.16.14.	Funciones de la Limpiadora.....	191
4.16.15.	Funciones de Encargado de Compras	192
4.17.	Manual de procedimientos	193
4.17.1.	Manual de procedimientos. Pago a proveedores.....	194
4.17.2.	Manual de procedimientos. Remuneración al personal	195
4.17.3.	Manual de procedimientos. Servicios de Impermeabilización.....	196
4.17.4.	Manual de procedimientos. Servicios de Drenaje de Humedad.....	197
4.17.5.	Manual de procedimientos. Servicios de Sellado de Grietas	198

4.18.	Flujograma.....	199
4.18.1.	Flujograma. Proceso. Pago a Proveedores.....	200
4.18.2.	Flujograma. Proceso. Remuneración al personal.....	201
4.18.3.	Flujograma. Proceso. Servicios de Impermeabilización.....	202
4.18.4.	Flujograma. Proceso. Servicio de Drenaje de Humedad.....	203
4.18.5.	Flujograma. Proceso. Servicio de Sellado de Grietas.....	204
4.19.	Recursos humanos.....	205
4.19.1.	Colaboradores.....	205
4.19.2.	Cuadro de mano de obra.....	205
4.19.3.	Proceso de reclutamiento del personal.....	206
4.19.3.1.	Modelo de aviso de reclutamiento.....	206
4.19.4.	Reglamentos y normas internas.....	207
4.20.	Layout.....	208
4.20.1.	Layout de G&M Impermeabilizaciones S.R.L.....	208
4.20.2.	Arrendamiento del local.....	209
4.20.3.	Infraestructura.....	209
4.20.4.	Remodelaciones.....	209
4.21.	Adquisición de activos.....	210
4.21.1.	Tabla de adquisición de activos.....	211
4.22.	Manual de cuentas.....	212
4.23.	En Paraguay: ¿quiénes administran los impuestos?.....	217
4.24.	Impuestos que rigen en el país.....	217
4.25.	Impuesto a la renta de actividades comerciales, industriales y de servicios (IRACIS).....	218
4.25.1.	¿Quiénes deben de inscribirse en el IRACIS?.....	218
4.25.2.	Características generales del IRACIS.....	219
4.25.3.	Impuesto al valor agregado. (IVA).....	219
4.25.3.1.	Características del IVA.....	219
4.26.	Servicios que ofrece.....	220
4.26.1.	Costos de servicios.....	220
5.	CAPÍTULO V - ECONÓMICO	225
5.1.	Introducción del capítulo económico.....	225
5.2.	La inflación.....	226
5.2.1.	Resultado inflacionario.....	226
5.5.2.	Principales aspectos de la Inflación.....	226
5.4.	Producto interno bruto.....	227
5.5.	Balanza comercial (importación/exportaciones).....	229
5.5.1	Importaciones.....	230
5.6.	Balanza Comercial Del Año 2019.....	232
5.7.	Comportamiento de la Reserva Monetaria.....	233
5.8.	Superávit o déficit fiscal.....	233
5.9.	Salario mínimo.....	235
5.10.	Tasa de desempleo.....	235
5.11	La construcción en el año 2019.....	237
6.	CAPÍTULO VI - PLAN FINANCIERO	239
6.1.	Introducción al plan financiero.....	239

6.2.	Plan Financiero.	239
6.3.	Información relevante plan financiero.	240
6.3.1.	Inversiones	240
6.3.2.	Cronograma de inversión y financiamiento.	240
6.3.3.	Depreciaciones y amortizaciones.....	240
6.3.4.	Servicio de deuda.	241
6.3.5.	Mano de obra.	241
6.3.5.1.	Mano de obra directa.....	241
6.3.5.2.	Mano de obra indirecta	241
6.3.6.	Cronograma de producción y ventas.....	242
6.3.6.1.	Cronograma de producción.....	242
6.3.6.2.	Cronograma de ventas.....	242
6.3.7.	Ingresos por ventas	242
6.3.8.	Costos totales	243
6.3.9.	Punto de equilibrio.....	243
6.3.10.	Capital de trabajo.	244
6.3.11.	Estados de resultados.	244
6.3.12.	Flujos de caja proyectados.	244
6.3.12.1.	Valor actual neto (VAN).....	245
6.3.12.2.	Tasa de corte o de descuento.....	245
6.3.12.3.	Tasa interna de retorno (TIR).....	245
6.3.13.	Balance proyectado.....	246
6.3.14	Indicadores financieros.....	246
6.4.	Cuadros financieros.	247
6.4.1.	Cuadro 1. Inversiones.	247
6.4.2.	Cuadro 2. Cronograma de inversión y financiamiento.	249
6.4.3.	Cuadro 3. Depreciaciones y amortizaciones	250
6.4.4.	Cuadro 4. Servicio de deuda.	251
6.4.5.	Cuadro 5. Mano de obra.....	252
6.4.6.	Cuadro 6. Cronograma de producción y ventas	253
6.4.7.	Cuadro 7. Ingreso por ventas	254
6.4.8.	Cuadro 8. Costos totales	255
6.4.9.	Cuadro 9. Punto de equilibrio.	256
6.4.10.	Cuadro 10. Capital de trabajo.	256
6.4.11.	Cuadro 11. Estado de resultados proyectados con financiamiento.	257
6.4.12.	Cuadro 12. Estado de resultados proyectados sin financiamiento.	258
6.4.13.	Cuadro 13. Flujos de caja proyectados con financiamiento.....	259
6.4.14.	Cuadro 14. Flujos de caja proyectados sin financiamiento.....	260
6.4.15.	Cuadro 15. Origen y aplicación de fondos con financiamiento.....	261
6.4.16.	Cuadro 16. Origen y aplicación de fondos sin financiamiento.....	261
6.4.17.	Cuadro 17. Balance proyectado con financiamiento.	262
6.4.18.	Cuadro 18. Balance proyectado sin financiamiento.....	263
6.4.19.	Cuadro 19. Indicadores financieros.	264
	Conclusión.....	265
	Bibliografía.....	266
	ANEXOS.....	268

INTRODUCCIÓN

Las etapas de impermeabilización han sido clave en el mundo de las construcciones, rehabilitación de edificios y mantenimiento de las obras para cualquier proyecto de construcción que perdure en el tiempo, para ello es fundamental formar una empresa eficaz con capital humano responsable que ofrezca garantía y seguridad.

En algunos casos se considera que la impermeabilización no tiene tanta importancia como en otra etapa de las construcciones ya que no representa un porcentaje mayor del 2% en el presupuesto de cualquier edificación, pero en la distribución de gastos por reparaciones de daños ocasionados por las filtraciones, el gasto de conservación de un inmueble llega inclusive a ser el 26% del importe total del sostenimiento a lo largo de toda su vida útil.

Cada vez existe una mayor conciencia desde el diseño y el trabajo que se realiza en cada obra, además los materiales han ido evolucionando desde el sistema tradicional con membranas asfálticas, utilizando procedimientos más modernos y duraderos que implican una nueva metodología para el cuidado del medio ambiente.

La idea de negocio es la de poder ofrecer los servicios específicos más requeridos de impermeabilización, que son el drenaje de humedad, el sellado de grietas, la restauración y mejoramiento de fachadas. Se brinda a las empresas constructoras medios para la solución de problemas causados por las filtraciones de agua en el proceso de construcción de obra que llevan a cabo.