

Ingeniería Comercial

**Análisis de la factibilidad técnica, económica y financiera de
la inversión del negocio de servicios de grúa bajo la
denominación Tow and Care SRL**

Julio David Zárate Barreto

**Asunción – Paraguay
2021**

INDICE|

LISTA DE TABLAS.....	x
INTRODUCCION	1
Capítulo I	3
1- Introducción a la idea del proyecto.....	3
1.2 Requerimientos Jurídicos de acuerdo con el tipo de Sociedad a constituirse.....	3
1.2.1 El nombre de la empresa es: Tow and Care (Remolque y cuidado) ya que ese el enfoque.....	3
1.2.3 TIPO SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (S.R.L)	3
1.2.4 Tipos de sociedades	5
¿Qué es una escritura de Constitución?	8
¿Qué es una SRL?	9
1.2.6 Régimen Impositivo.....	10
Administración de una S.R.L.	10
Disolución de una S.R.L.	10
Pasos para la apertura de una Sociedad de Responsabilidad Limitada	10
Depósito de garantía.....	12
Código Civil:	13
Inscripción en el Registro Público de Comercio y en el Registro Público de Personas Jurídicas.....	14
Publicación.....	14
Matrícula del Comerciante.....	15
Rubrica de libros contables	15
Libros obligatorios de la Sociedad de Responsabilidad Limitada.	16
Obtención del registro único del contribuyente.....	18
Requisitos para Inscripción de Trabajadores.....	19
Inscripción en el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social	20
Inscripción en la Municipalidad de Asunción	22
Comunicación de apertura - Ministerio de Industria y Comercio.....	24
Marcas y Patentes.....	24
Trámites para obtener una patente	24
<i>a. Presentación de Solicitud:</i>	24
Pasos para registrar una marca.....	26
Gastos Totales en Trámites Jurídicos	28
Capítulo II.....	30
1. Investigación de Mercado	30
2.1 -Problema de Decisión	30
2.2- Objetivo general de investigación.....	30
Objetivos.....	31
Identificar el Problema.....	31
Objetivos y Requerimientos de Información.....	31
2.3- Tipos de Investigación	34
2.4- Procedimiento de Recolección de Datos.....	35
2.5 Determinación del plan y tamaño de la muestra.....	37

2.5.1 La Muestra	37
V Seleccionar la Muestra	43
2.6 Codificación y Tabulación.....	43
2.7 Análisis.....	49
2.8 Informe Final.....	64
2.8.1. Conclusión	65
2 . 9 Valorización del costo de la investigación de mercado.....	66
Capítulo III.....	72
3 Lineamiento Estratégico	72
3.1.- Análisis de la Macro segmentación.....	72
3.2- Conceptos de la Misión y Visión	73
Misión	74
3.3- Concepto de Visión.....	74
Valores	76
3.4- Análisis de la Micro Segmentación.....	76
3.4.1- Segmento Objetivo	76
3.4.2- Ciclo de vida del producto.....	77
3.5- Análisis de la demanda:.....	79
3.5.1 Calculo de Un año de Ventas.....	81
3.5.2 Calculo de Proyección de los 5 años.	82
3.6- Análisis de la estructura competitiva del sector (Michael Porter).....	82
RESUMEN	86
3.6.- Matriz Ansoff	86
3.6.1- Estrategias de crecimiento de la Matriz de Ansoff:	87
3.7 Argumento de posicionamiento según los atributos de la escala de Likert.....	88
CAPÍTULO IV.....	91
4. Plan de Marketing.....	91
4.1. Las 7'p del marketing.....	91
4.1.1. Producto.....	94
4.1.2. Precio.....	95
4.1.3. Plaza	95
4.1.4. Promoción.....	96
4.1.5. Personal interno	97
4.1.6. Proceso interno.....	97
4.1.7. Evidencia física.....	98
Variables no controlables.....	98
Interacción entre los factores FODA.....	104
4.2. Matriz FODA.....	104
4.3. Objetivos del Plan de Marketing.....	107
4.4. Identidad Corporativa.....	111
4.5. El Logo de "Tow and Care SRL"	114
Capítulo V.....	116
5. PLAN ADMINISTRATIVO.....	116
5.1. Ápice Estratégico	116

Plan administrativo	118
5.2. Plan de Administración	118
5.2.1. Variables Controlables.....	118
5.2.2. Variables no Controlables.....	120
5.2.3. Matriz de Interacción.....	121
Objetivo 4	126
Método de los Factores Ponderados.....	127
5.3. Estructura organizativa.....	129
Modelo de organigrama para la empresa Tow and care SRL.....	130
5.3.1. Organigrama	130
5.3.2. 5.7.1- Impacto salarial con carga sociales de forma mensual.....	131
5.3.3. Diagrama de flujo del proceso de mantenimiento de camiones.....	134
Mantenimiento de grúas.....	134
Diagrama de flujo de proceso contable (Declaración de IVA y Estados financieros)	135
Diagrama de flujo del proceso del servicio de grúas.....	136
5.3.4. Legislación pertinente	137
5.3.5. Procesos de Selección	138
Medidas Preventivas ante el COVID-19	140
¿Qué es?.....	140
¿Cómo Se Propaga?.....	140
5.4. Layout.....	144
5.5. Manual de Funciones.....	148
5.6. Manual de procedimiento	170
5.7. Plan de Cuentas.....	173
Codificación de un Plan de Cuentas.	173
CAPITULO 6.....	178
6. Aspectos Económicos.....	178
Balanza Comercial (Importación/Exportación).	185
Fluctuación del tipo de cambio.....	187
7. Aspectos financieros.....	190
7.1. Plan Financiero	190
Conclusión final	205

RESUMEN

Este proyecto tiene como objetivo la creación de una empresa que de soluciones rápidas y eficaces a sus clientes, cuidando lo más valioso el tiempo de los mismos.

Se cuenta con un plan de desarrollo constante en la parte operativa y el capital humano para poder asegurar la satisfacción de cliente y contar con colaboradores altamente capacitados.

El enfoque principal es cuidar la atención y calidad en nuestros servicios, evitar las esperas excesivas y optimizar los recursos que dispongamos a nuestro alcance para optimizar lo más posible la operatividad del proyecto.

Se llevó a cabo un estudio en la ciudad de Asunción, el cual sirvió para conocer las preferencias y necesidades de las personas que necesitan del servicio, para obtener esta información se realizó investigación de mercado.

El siguiente trabajo investigado consta de 7 capítulos en los cuales se desarrollan los contenidos a ser utilizados y se desglosan de la siguiente manera.

El Capítulo I Se refiere al aspecto Jurídico en donde se detallan los requerimientos jurídicos de acuerdo al tipo de sociedad a constituirse, los documentos y tiempos necesarios para la apertura, además de la localización del emprendimiento.

En el Capítulo II Es la investigación de mercado en el cual se establecen los objetivos de investigación que orientaran a la toma de decisiones. Se detallan el tipo de investigación a realizarse, procesamiento de datos, la determinación del plan y tamaño de la muestra, la codificación y tabulación, el análisis de datos, al finalizar se realiza un informe con las respectivas conclusiones de los hechos más resaltantes y por último se establece el costo de la investigación.

En el Capítulo III Se desarrolla el lineamiento estratégico, en el que se define el mercado de referencia, análisis de micro segmentación, análisis de la demanda, se proyecta el plan de ventas, análisis de las cinco fuerzas de Porter, evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff, y se identifica los atributos de diferenciación. El plan de Marketing permite cumplir los objetivos propuestos por los emprendedores, el plan cuenta con dos elementos, Marketing Estratégico y Marketing Táctico.

Luego, en el Capítulo IV Se hace un análisis situacional utilizando el análisis FODA como fuente de objetivos para ello también se hace uso de las siete p del marketing, definiendo cada variable de manera detallada. Se plantean objetivos cada uno con su respectiva estrategia, política, regla, recursos financieros, materiales, humanos y plan de acción.

En el Capítulo V Se desarrolla el plan de administración, para ello se establece los objetivos a través del análisis situacional, además cada objetivo contiene las respectivas estrategias y planes de acción, así como sus respectivos costos. También se expone la estructura organizacional y los recursos necesarios, así como los activos fijos, el análisis de la estructura de costos y el plan de cuentas.

El Capítulo VI Incluye el aspecto económico del entorno, se detallan indicadores económicos del país donde se hará apertura de la empresa, Producto interno Bruto (PIB), balanza comercial (importación/exportaciones), fluctuación del tipo de cambio, Comportamiento de la reserva monetaria, Superávit o déficit Fiscal e Inflación. El Plan Financiero es el eje de todo plan de negocios, debe dar al lector una visión muy completa

acerca del potencial de la compañía, su rentabilidad, sus requerimientos de inversión y los riesgos financieros involucrados.

Seguidamente en el último Capítulo VII Desarrolla los puntos financieros claves tales como; Proyección de ingresos, Proyección de Costos y Gastos, Inversiones necesarias y Financiación, Estado de Resultados, Flujo de Caja proyectado, Período de recupero de la Inversión, Rentabilidad del Negocio, Capital de trabajo requerido (bruto y neto), Punto de equilibrio (contable y financiero), Detalle tasa de corte o costo de oportunidad, Fuentes y usos de fondos.