

**Ingeniería Comercial**

**AQUASH  
CENTRO DE LAVADO  
DCH S.R.L.**

**Diego Fabián Chena Miranda**

**Asunción - Paraguay  
2016**

## ÍNDICE

1.1. Requerimientos Jurídicos.....	8
1.1.1 Nombre o razón social: .....	8
1.1.2. Tipo de sociedad: Sociedad de Responsabilidad Limitada. ....	8
1.1.3. Constitución jurídica Empresa formada bajo el régimen de Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.).....	8
1.1.4. Régimen Impositivo:.....	10
1.1.5. Administración de una S.R.L.....	10
1.1.6. Disolución de una S.R.L. ....	10
1.1.7 Ventajas de una S.R.L.....	11
1.1.8 Desventajas de una S.R.L. ....	11
1.1.9. Cesión de cuotas de los socios de una S.R.L. ....	11
1.1.10 Requisitos para presentación de comunicación de cesión de acciones, cuotas o partes, de sociedades con o sin personería jurídica. ....	12
1.1.11 Pasos para la apertura de una Sociedad de Responsabilidad Limitada. ....	13
1.2 Escritura de constitución y aporte de capital.....	13
1.3. Depósito de garantía en un banco oficial.....	15
1.4. Inscripción en los registros públicos:.....	16
1.5. Matrícula de comerciante.....	17
1.6 Obtención del registro único del contribuyente ....	18
1.7. Rubrica de libros contables.....	20
1.8. Reserva legal.....	25
1.9. Publicación.....	25
1.10. Utilización de sistema contable.....	27
1.11. Inscripción en el instituto de previsión social.....	28
1.12. Inscripción en el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.....	31
1.13. Inscripción en la municipalidad de asunción ....	33
1.14. Comunicación de apertura - ministerio de industria y comercio ....	34
1.15. Licencia ambiental.....	35
1.16 Marcas y patentes.....	41
1.16.1 Trámites para obtener una patente ....	41
1. Presentación de Solicitud.....	41
2. Período de sigilo: .....	42
3. Procedimientos.....	42
1.16.2 Pasos para registrar una marca:.....	43
1. Presentación de Solicitud:.....	43
2. Publicación de solicitud: .....	43
3. Oposición/es de terceros: .....	44
1.17. Localización método de los factores ponderados.....	47
2.1. Matriz FODA.....	51
2.2. Porque elegirías mi empresa? ....	53
2.3. Definir el problema ....	53
2.4. Objetivos Cognitivos: .....	53

2.5. Objetivo Afectivo: .....	54
2.6. Objetivos Comportamentales.....	55
2.7. Objetivos Sociodemográficos.....	56
2.8. Tipo de investigación:.....	57
2.9. Encuesta .....	74
2.10. Muestra .....	80
2.11. Trabajo de campo.....	82
2.12. Análisis gráfico de las tabulaciones.....	83
2.13. Conclusión de la investigación de mercado.....	104
3.0 Análisis de la Macro segmentación .....	107
3.1 Análisis de la Micro segmentación .....	108
3.2 Análisis de la segmentación.....	108
3.3. Tamaño suficiente.....	109
3.4 Ciclo de vida del producto: .....	110
3.5 Análisis del segmento .....	112
3.6 Análisis de demanda global .....	124
3.7. Análisis de mercado potencial .....	125
3.8. Gráfico demanda global y potencial: .....	126
3.9. Proyección de ingresos del primero año: .....	127
3.10. Proyección de ingresos para los primeros 5 años: .....	128
3.11. Análisis situacional / FODA .....	128
3.11.1. Variables controlables.....	128
3.11.2. Variables no controlables.....	129
3.12. Listado plano (Ambiente interno/externo).....	130
3.13. Matriz de interacción FODA.....	131
3.14. Estrategias MAXI/MINI.....	131
3.15. Estrategias según Ansoff:.....	133
3.15.1. Penetración de Mercado.....	134
3.15.2. Desarrollo de producto.....	134
3.15.3. Desarrollo de mercado .....	134
3.15.4. Diversificación.....	134
3.16. Objetivos.....	135
3.16.1. De Marketing .....	135
3.16.2. De Ventas.....	136
3.17. Estrategias.....	136
3.18. Elección de estrategia: .....	139
3.18.1. Diferenciación:.....	139
3.18.2. Posicionamiento:.....	139
3.19. Plan de Acción:.....	139
3.20. Proyección de gastos del plan de MKT: .....	142
4.1.- Lineamiento estratégico.....	144
4.1.1 Visión.....	144
4.1.2 Misión .....	144
4.1.3 Análisis de la estructura competitiva Michael Porter/—5 Fuerzas  .....	144
4.1.3.1. Poder de negociación de los compradores o clientes.....	144

4.1.3.2. Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores.....	145
4.1.3.3. Amenaza de nuevos competidores entrantes.....	145
4.1.3.4. Amenaza de productos sustitutos.....	146
4.1.3.5. Rivalidad entre los competidores.....	146
4.1.3.6. Análisis de las 5 fuerzas según Porter:.....	147
4.2. Evaluación de la matriz de Ansoff.....	153
4.3.- Plan de administración:.....	155
4.4. Objetivos:.....	160
4.5. Estrategias:.....	160
4.7. Políticas Empresariales: .....	164
4.8. Estructura Organizacional.....	166
4.9. Layout .....	172
4.10. Lista de activos: .....	174
4.11. Manual de Funciones.....	175
4.12. Manual de procedimiento: .....	185
4.13. Fluxogramas:.....	189
4.14. Recursos Humanos: .....	193
4.15. Estructura de Costos: .....	195
4.16. Plan de Cuentas:.....	199
5.1. Producto interno Bruto (PIB).....	203
5.2. PIB 2016-Paraguay. ....	203
5.3. Proyección PIB 2017- Paraguay. ....	204
5.4. Ingreso Per Cápita:.....	204
5.5. Contexto mundial y regional.....	205
5.6. Tasa de Interés de Política Monetaria. ....	206
5.7. Balanza Comercial Importación/ Exportación:.....	207
5.8. Exportaciones.....	208
5.9. Importaciones.....	208
5.10. Balanza comercial.....	208
5.11. Inflación:.....	209
5.12. Fluctuación del tipo de cambio – Variación del dólar .....	212
5.13. Comportamiento de la reserva monetaria .....	213
5.14. Superávit o déficit Fiscal .....	213
5.15. Salario Mínimo: .....	214
5.16. Desempleo: .....	215
5.17. Conclusión de los aspectos económicos: .....	216
6.1. Cuadro de Inversiones: .....	218
6.2. Cuadro de inversión en activos:.....	219
6.3. Cuadro de gastos de pre-inversión:.....	220
6.4. Cuadro de cronograma de inversiones:.....	221
6.5. Cuadro de depreciaciones y amortizaciones: .....	222
6.6. Cuadro de Financiamiento a largo plazo: .....	223
6.7. Cuadro de financiación a corto plazo:.....	224
6.8. Cuadro de mano de obra: .....	225
6.9. Cuadro de cronograma de producción: .....	226

6.10. Cuadro de proyección de ventas: .....	227
6.11. Cuadro de costos totales:.....	228
6.12. Cuadro de punto de equilibrio:.....	229
6.13. Cuadro de capital de trabajo: .....	230
6.14. Cuadro de estados de resultados con financiamiento:.....	231
6.15. Cuadro de estados de resultados sin financiamiento:.....	232
6.16. Cuadro de flujo de caja proyectado con financiamiento:.....	233
6.17. Flujo de caja proyectado sin financiamiento:.....	234
6.18. Cuadro de origen y aplicación de fondos con financiamiento:.....	235
6.19. Cuadro de origen y aplicación de fondos sin financiamiento: .....	236
6.20. Cuadro de balances proyectados con financiamiento: .....	237
6.21. Cuadro de balances proyectados sin financiamiento: .....	238
6.22. Cuadro de indicadores financieros:.....	239
6.23. Conclusión de Aspectos Financieros: .....	240
7. Anexo.....	243
7.1. Acta de Constitución:.....	243
7.2. Formulario Registro Único del Contribuyente: .....	247
7.3. Formulario de rubricación de libros contables y formularios. ....	252
7.4. Formulario de declaración jurada de movimientos del empleado I.P.S.....	253
7.5. Formulario de declaración de inscripción patronal I.P.S. ....	254
7.6. Declaración jurada para personas jurídicas I.P.S. ....	255
7.7. Formulario de Inscripción patronal MTESS.....	256
7.8. Formulario de autorización para uso de inmueble. ....	257
7.9. Formulario de declaración jurada de activo.....	258
7.10. Formulario de declaración jurada de negocio. ....	259
7.11. Formulario para solicitud de uso de suelo. ....	260
7.12. Formulario de solicitudes varias. ....	261
7.13. Formulario para No Peligrosidad de productos importados. ....	262
7.14. Formulario de No Poseer Tripolifosfato. ....	263
7.15. Variables del PIB y TPM.....	264
7.16. Expectativa de Crecimiento Económico .....	264
7.17. Variables de Inflación y Tipo de cambio Nominal. ....	265
7.18. Expectativa de tipo de cambio. ....	265
7.19. Expectativa de Inflación para el 2017.....	266
8. Bibliografía .....	272

## INTRODUCCIÓN

Con el ritmo de vida que la población lleva hoy en día, uno de los factores más importantes con lo que tenemos que lidiar es el tiempo, la ciudadanía lleva un ritmo de vida bastante acelerado motivo por el cual la menor reducción u optimización del mismo genera un valor bastante importante para todos los ciudadanos.

Teniendo en cuenta esta situación, es que en un servicio bastante simple como lo es el de lavado de automóviles, se puede optimizar el tiempo de los clientes ofreciendo un servicio ágil y de calidad mediante la automatización de este servicio con los túneles de lavado.

Es por eso que desde **“AQUASH *Centro de Lavado*”**, ofrecemos un servicio de lavado interiores y exteriores para automóviles mediante la aplicación de la tecnología para el logro de los más altos estándares de calidad, y con una mano de obra calificada y de confianza.

**“AQUASH *Centro de Lavado*”**, dispondrá de un Centro de Atención a Clientes amplio, confortable y con las comodidades necesarias para que las breves estadías de los clientes sean lo más satisfactorias posible.

Desde **“AQUASH *Centro de Lavado*”**, se buscará fuertemente lograr la fidelización de los clientes para con la marca, buscando cumplir siempre con las expectativas de los clientes y deseando crear vínculos comerciales con los mismos.