

**Ingeniería Comercial**

**“BELLO CAR WASH S.R.L”**

**Nancy Marianella Bello Samaniego**

**Asunción-Paraguay**

**2020**

## ÍNDICE

|                                                        |       |
|--------------------------------------------------------|-------|
| INTRODUCCION.....                                      | 6     |
| RESUMEN EJECUTIVO.....                                 | 7     |
| CAPITULO 1.....                                        | 8     |
| Descripción de la empresa.....                         | 8     |
| Misión.....                                            | 9     |
| Visión.....                                            | 9     |
| Valores.....                                           | 10    |
| Objetivos.....                                         | 11    |
| Macro Localización.....                                | 12    |
| Micro Localización.....                                | 13    |
| Método de los factores ponderados.....                 | 14    |
| Ventaja Competitiva.....                               | 15    |
| CAPITULO 2.....                                        | 16    |
| Aspectos Jurídicos.....                                | 16    |
| Proceso de apertura del Negocio.....                   | 16-18 |
| Inscripción en el Registro Único de Contribuyente..... | 19-21 |
| Patente comercial e industrial.....                    | 22    |
| Ministerio de Hacienda. Abogacía del Tesoro.....       | 23    |
| Ministerio de Justicia y Trabajo.....                  | 24    |
| Acta de constitución de la Sociedad.....               | 25-28 |
| Leyes que afectan al Proyecto.....                     | 29    |
| Plan Fiscal.....                                       | 29    |
| Presupuesto jurídico inicial.....                      | 30    |
| Gastos de Escribanía.....                              | 30    |
| Publicaciones.....                                     | 30    |
| Apertura en Municipalidad.....                         | 30    |
| Libros impositivos y legales.....                      | 31    |
| Inscripción Registro de Marca.....                     | 31    |
| Confección de documentos.....                          | 31    |
| Honorarios Profesionales.....                          | 31    |
| CAPITULO 3.....                                        | 32    |
| Macroeconomía.....                                     | 32    |
| Tasa de Desempleo.....                                 | 33-34 |
| PIB.....                                               | 35    |
| Variación del dólar.....                               | 36    |
| Tasa de Inflación.....                                 | 37    |
| Variación del salario mínimo.....                      | 38    |
| Microeconomía.....                                     | 39    |
| Elasticidad de la oferta.....                          | 40    |
| Elasticidad de la demanda.....                         | 41    |
| CAPITULO 4.....                                        | 42    |
| Aspectos Administrativos.....                          | 42    |

|                                                                        |        |
|------------------------------------------------------------------------|--------|
| Estructura Organizativa.....                                           | 42     |
| Organigrama general.....                                               | 42     |
| Organigrama según Henry Mintzberg.....                                 | 43-45  |
| Configuraciones estructurales según Henry Mitzberg.....                | 46     |
| Estrategia de Recursos Humanos.....                                    | 47     |
| Políticas Administrativas o de Recursos Humanos.....                   | 47     |
| Reclutamiento y Selección del personal.....                            | 48     |
| Contrataciones, Socialización, Capacitaciones, Incentivos.....         | 49     |
| Manual de Organización y Funciones.....                                | 50-53  |
| Fluxograma.....                                                        | 54-56  |
| Layout de BELLO CAR WASH.....                                          | 57     |
| Definiciones básicas de contabilidad.....                              | 58-60  |
| CAPITULO 5.....                                                        | 61     |
| Análisis de Mercado.....                                               | 61     |
| Identificar y definir el problema u oportunidad.....                   | 61     |
| Objetivos de la investigación de mercado.....                          | 62     |
| Objetivo General.....                                                  | 62     |
| Objetivos Específicos.....                                             | 63-64  |
| Tipo de Investigación.....                                             | 64     |
| Diseño de la investigación.....                                        | 64     |
| Método de recolección, procesamiento y análisis de datos.....          | 65     |
| Plan de muestreo.....                                                  | 66     |
| Diseño de muestra.....                                                 | 67     |
| Encuesta.....                                                          | 68-69  |
| Análisis de datos.....                                                 | 70-75  |
| Resultado de la investigación.....                                     | 76     |
| Principales competidores.....                                          | 77     |
| Análisis de la estructura competitiva del sector (Michael Porter)..... | 78     |
| Análisis de la Estructura Competitiva del Sector.....                  | 79-83  |
| CAPITULO 6.....                                                        | 84     |
| Plan de Marketing.....                                                 | 84     |
| Análisis FODA.....                                                     | 84-86  |
| Marketing Estratégico.....                                             | 87     |
| Estrategias según Igor Ansoff.....                                     | 88     |
| Estrategias según Michael Porter.....                                  | 89     |
| Las cuatro C.....                                                      | 90     |
| El ciclo de vida del producto-servicio.....                            | 91     |
| Marketing Operativo.....                                               | 92     |
| Marketing Mix 7P.....                                                  | 93-95  |
| CAPITULO 7.....                                                        | 96     |
| Organigrama de Producción.....                                         | 96     |
| Procesos de Producción.....                                            | 97-98  |
| Principales Proveedores.....                                           | 99-100 |
| Análisis de Proveedores.....                                           | 101    |
| Análisis de Mercado.....                                               | 102    |

|                                                                        |         |
|------------------------------------------------------------------------|---------|
| CAPITULO 8.....                                                        | 103     |
| Responsabilidad Social.....                                            | 103     |
| Impacto ambiental.....                                                 | 104-105 |
| Impacto socioeconómico.....                                            | 106     |
| Impacto cultural.....                                                  | 107     |
| Aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto.....                   | 108     |
| CAPITULO 9.....                                                        | 109     |
| Plan de expansión.....                                                 | 109     |
| Riesgos internos de expansión.....                                     | 109     |
| Riesgos externos de expansión.....                                     | 109     |
| Barreras de salida.....                                                | 110     |
| Imagen de marca.....                                                   | 111     |
| Mapa de riesgo.....                                                    | 112-113 |
| CAPITULO 10.....                                                       | 114     |
| Aspectos Financieros de Bello Car Wash S.R.L. (cuadros financieros)... | 114-139 |
| CONCLUSION.....                                                        | 140-141 |
| BIBLIOGRAFIA.....                                                      | 142     |

## RESUMEN

La Empresa “**BELLO CAR WASH**” está dedicada a la prestación de servicios en el ramo de lavado de vehículos y adoptará la personería de Sociedad de Responsabilidad Limitada y estará dirigida a satisfacer las necesidades de los clientes con servicios eficientes y de calidad.

La misma surge debido a las necesidades de ofrecer un servicio innovador basado en la confianza y la responsabilidad, así como la garantía de una atención personalizada y el bienestar de nuestros clientes, ante todo.

El local estará ubicado en la Ciudad de Itauguá, camino al Hospital Nacional en la Avenida Gral. Marcial Samaniego, compañía de Itauguá Guazú, la cual es una Avenida transitada del mencionado distrito, ya que es el ramal principal para la conexión entre las ciudades de Itauguá e Itá.

Los servicios brindados serán los de: Lavados en tres modalidades (ducha, lavado y aspirado, lavado completo incluyendo lavado de motor), encerado y pulido de faros y pintura, además de ofrecer el servicio innovador de búsqueda de vehículos para el servicio y posterior entrega del mismo.

Nuestra empresa buscara ante todo la satisfacción del cliente, implementando para el efecto un sistema de control de la gestión y de resultados; en caso de insatisfacción del cliente se ofrecerán descuentos y bonificaciones en futuras utilidades del servicio. Una de las ventajas de utilizar los servicios de “**BELLO CAR WASH**”, radica en la diferencia de atención personalizada y de calidad, ya que ofreceremos instalaciones cómodas con refrigerios en general, además de la opción de esperar cómodamente en sus casas u oficinas el lavado completo de su vehículo con un precio accesible.