

Ingeniería Comercial

Golden Kids S.R.L.

Emmanuel Noguera Troche

**Asunción - Paraguay
2020**

INDICE

AGRADECIMIENTO.....	9
RESUMEN EJECUTIVO	10
INTRODUCCIÓN	12
CAPITULO I	13
1.1 Introducción a la idea del proyecto	14
1.2 Requerimientos Jurídicos de acuerdo al tipo de Sociedad a Constituirse.	17
1.2.1 Nombre o razón social:	17
1.2.2 Tipo de sociedad.....	17
1.2.3 Constitución jurídica	18
1.2.3.1 Escritura de constitución y redacción del estatuto social.....	18
1.2.3.2 Inscripciones en los registros públicos:.....	19
1.2.3.3 Inscripción en el registro público de comercio y en el registro público de personas jurídicas.	20
1.2.3.4 Inscripción en la matricula del comerciante.....	20
1.2.3.5 Rubrica de libros contables.	21
1.2.3.6 Inscripción en la Dirección de apoyo del Ministerio de Hacienda para la obtención del R.U.C.....	21
1.2.3.7 Inscripción en la Municipalidad de Luque.....	22
1.2.3.8 Instituto de Previsión Social.....	23
1.2.3.9 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.	23
1.2.3.10 Dirección de Propiedad Intelectual (Registro de Marcas)	24
1.3 Resumen de los costos y plazos de los trámites jurídicos a incurrir.	25
1.4 Localización de la empresa u organización.....	26
1.4.1 Macrolocalización	26
1.4.2 Microlocalización.....	27
1.4.3 Conclusión.....	27
CAPITULO II	28
2.1. Investigación de mercados.....	29
2.2. Objetivo general de la investigación	29
2.3. Establecer los objetivos específicos de la investigación con sus respectivos requerimientos	29
2.3.1. Objetivos Cognitivos.....	29
2.3.2. Objetivos comportamentales.....	29
2.3.3. Objetivos Afectivos.....	30
2.3.4. Objetivos Sociodemográficos	31
2.4. Definir los tipos de investigación a utilizarse	31
2.4.1. Investigación Exploratoria	31
2.4.2. Investigación Concluyente	32
2.5. Procedimiento de recolección de datos.....	33
2.6. Cuestionario Estructurado	37
2.7. Determinación del plan y tamaño de la muestra	38
2.7.1. Definir la población.....	38

2.7.2. Identificar el marco muestral.....	38
2.7.3. Determinar el tamaño de la muestra.....	38
2.7.4. Seleccionar un procedimiento de muestreo.....	39
2.7.4.1. Muestreo Probabilístico.....	39
2.7.4.2. Muestreo No Probabilístico.....	40
2.7.4.3. Seleccionar la muestra.....	41
2.8. Codificación y tabulación.....	41
2.9. Análisis de datos.....	42
2.9.1. Conclusiones/Informe	55
2.9.2. Costo de la Investigación de mercados	55
CAPÍTULO III	56
3.1. Lineamiento Estratégico.....	57
3.1.1. Análisis de la Macrosegmentación.....	57
3.2. Mercado de referencia.....	57
3.2.1. Mercado de referencia Golden Kids S.R.L.	57
3.3. Misión:	58
3.4. Visión:	58
3.5. Análisis de la Microsegmentación	59
3.5.1. Tipos de Segmentos:	59
3.6. Ciclo de vida del producto	60
3.6.1. Etapas del ciclo de vida de un producto.....	60
3.7. La competencia	61
3.8. Análisis de la demanda.....	62
3.8.1 Cálculo de la Demanda Global.....	62
3.8.2 Cálculo de Mercado Potencial Absoluto.....	64
3.8.3 Cuota de Mercado	64
3.9 Demanda de la empresa: Plan de Ventas.	66
3.10 Proyección del Plan de ventas a 5 años.....	68
3.11 Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Michael Porter.....	69
3.11.1 Competencia Potencial, Barrera de entrada	70
3.11.2 Competencia actual, Rivalidad entre empresas.....	70
3.11.3 Poder de los Proveedores	71
3.11.4 Poder de los Clientes.....	71
3.11.5 Productos Sustitutos.....	72
3.11.6 Calificación del análisis atractivo del sector (resumen).....	72
3.11.7 Conclusión:.....	73
3.12 Estrategias genéricas de Michael Porter.....	73
3.13 Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.....	74
3.13.1 Resumen:.....	75
3.14 Atributos que constituyen su diferenciación	75
CAPÍTULO IV	76
4.1. Plan de Marketing	77
4.2. Análisis Situacional.....	77
4.2.1. Variables controlables, las 7 p's del marketing.....	77
4.2.2. Variables No controlables.....	81

4.3. Listado Plano (FODA)	83
4.4 Matriz de interacción.....	84
4.5. Matriz FODA	86
4.6. Objetivos, estrategias y planes de acción.	87
4.7. Cuadro resumen de la inversión de cada objetivo.....	90
4.7.2. Estimado de lo que se espera facturar con cada objetivo.....	90
CAPÍTULO V	91
5.1. Administración Lineamiento Estratégico.....	92
5.2. Análisis situacional	93
5.3. Listado Plano (FODA)	95
5.4. Matriz de interacción.....	97
5.5. Matriz FODA	99
5.6. Objetivos, Estrategias y Planes de acción	100
5.7. Cuadro resumen de la inversión de cada objetivo.....	104
5.9. Estructura Organizacional.....	104
5.0. ORGANIGRAMA GOLDEN KIDS S.R.L.	108
5.10.1. Análisis Organigrama.....	109
5.11. Layout.....	110
5.11.1. Lista de Gastos:	110
5.11.2. Layout.....	111
5.12. Manual de Funciones de la empresa	112
5.13. Manual de Procedimientos.....	128
5.14. Fluxograma.....	131
5.14.1. PROCEDIMIENTO CAJA: COBRAR POR LA CUOTA DEL SERVICIO... ..	132
5.14.2. PROCEDIMIENTO: REALIZAR LIMPIEZAS EN LAS INSTALACIONES DE LA EMPRESA.	133
5.14.3. PROCEDIMIENTO: REALIZAR COMPRAS DE LOS MATERIALES E INSUMOS NECESARIOS.	134
5.15. Proceso de selección de personal.	135
5.15.1. Procedimientos de la selección:	135
5.16. Cuadro Resumen de Salarios, Cargas Sociales, Honorarios.	138
5.17. Activos Fijos	139
5.18. Análisis de la estructura de costos.....	140
5.19. Servicios Públicos.....	142
5.20. Plan de Cuentas.....	143
CAPÍTULO VI	148
6.1. Aspecto Económico.....	149
6.1.1. Producto Interno Bruto (PIB).....	149
6.1.2. Balanza comercial (Importaciones/Exportaciones).....	149
6.1.3. Balanza comercial	152
6.1.4. Fluctuación del tipo de cambio	152
6.1.5. Comportamiento de la reserva monetaria.....	153
6.1.6. Superávit o Déficit Fiscal.....	153
6.1.7. Inflación	154
CAPÍTULO VII	155

7.1- Plan Financiero de la Empresa	156
7.2- Resumen del Plan Financiero.....	173
CONCLUSIÓN	175
ANEXOS.....	176
ANEXO 1: ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN.....	176
ANEXO 2: Inscripción Personas Físicas, Jurídicas.....	181
ANEXO 5: Libro de código	187
ANEXO 6: Cálculo consumo ANDE.....	189
BIBLIOGRAFÍA.....	190

RESUMEN

El presente proyecto de inversión se orienta a la posibilidad de crear una empresa enfocada a satisfacer las necesidades del mercado, teniendo en cuenta un sector muy importante como lo es el rubro deportivo, específicamente apuntando al sector infantil, puesto que poseen gran demanda en la actualidad.

El Plan de negocios consta de siete capítulos en los que se estudiaron distintos tópicos según la importancia que reportarán al estudio y está distribuido de la siguiente manera:

CAPÍTULO I: en este primer capítulo se da a conocer la introducción a la idea del proyecto, mencionando a que se dedica, que servicios ofrecerá, cuál será su segmento y la ubicación estratégica del mismo, así como también los requerimientos jurídicos que se precisan para la apertura de la empresa teniendo en cuenta el tipo de sociedad a constituirse.

CAPÍTULO II: realiza una investigación de mercados mediante la utilización de un cuestionario estructurado para dar a conocer cuáles son las expectativas de satisfacción referente a los productos y servicios que ofrece la empresa.

CAPÍTULO III: trata del lineamiento estratégico, aquí establece el mercado de referencia, la confección de la misión y visión de la empresa como así también el análisis de la demanda, resaltando puntos importantes como ser la demanda global, el mercado potencial absoluto, la cuota de mercado, y la demanda de la empresa (plan de ventas). Cabe mencionar además que se verá reflejado el tipo de estrategia a utilizarse.

CAPÍTULO IV: elabora un plan de marketing investigando tanto las variables controlables como las no controlables, a partir de ello se realiza un listado plano (análisis foda) de tal manera a establecer objetivos que permitan a la empresa realizar ciertas estrategias de comunicación para lograr una excelente participación en el mercado y atraer clientes potenciales.