

Licenciatura en Marketing

Óptica Urbana

Natalia S. Amarilla S.

Asunción – Paraguay

2016

ÍNDICE

Agradecimiento.....	6
Dedicatoria.....	7
Capítulo I	
1.1. Introducción a la idea del proyecto.....	9
1.2. Requerimientos Jurídicos.....	9
1.2.1. Nombre o razón social.....	9
1.2.2. Tipo de Sociedad.....	9
1.2.3. Constitución jurídica.....	10
1.2.4. Resumen de Gasto de Constitución.....	37
Capítulo II - Investigación de Mercado.	
2.2. Objetivo y Requerimientos.....	39
2.2. Establecer el/los objetivos de la investigación.....	39
2.3. Definir los tipos de investigación a utilizarse.....	41
2.4. Procedimiento de recolección de datos.....	42
2.5. Determinación del plan y tamaño de la muestra.....	53
2.6. Recolección de datos.....	55
2.7. Codificación y tabulación.....	57
2.8. Análisis de datos.....	60
Capítulo III - Plan de Marketing Estratégico.	
3.1.- Análisis de la Macro segmentación.....	71
3.2.- Análisis de la Micro segmentación.....	71
3.3.- Análisis de la Segmentación.....	72
3.4. Mensurabilidad.....	73
3.5. Análisis de la demanda.....	76
3.6.- Análisis Situacional Matriz Foda	79
3.6.1.- Objetivos:	92
3.6.2.- Cronograma de Acción.....	96
3.7. Identidad Corporativa.....	97
Capítulo IV – Administración	
4.1. Lineamiento de la Empresa (Ápice estratégico).....	101
4.1.1. Visión.....	101
4.1.2. Misión.....	101
4.1.3 Localización de la empresa u organización.....	101
4.1.4. Análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter).....	107
4.1.5. Análisis Situacional - Matriz FODA.....	103
4.3. Estructura Organizacional.....	118
4.2.1. Organigrama.....	119
4.3.2. Manual de funciones.....	123
4.3.3. Manual de procedimiento.....	129
4.3.4. Fluxogramas.....	132
4.3.5. Recursos humanos (Descripción del proceso de RRHH, salarios, cargas sociales)...	134
4.3.6.- Plan de cuentas.....	136

Capítulo V - Aspecto Económico

5.1.- Aspecto Económico.....	138
5.1.1 Producto interno Bruto (PIB).....	138
5.1.2 Balanza comercial (importación/exportaciones).....	140
5.1.3 Fluctuación del tipo de cambio.....	142
5.1.4 Comportamiento de la reserva monetaria.....	143
5.1.5 Superávit o déficit Fiscal.....	144
5.1.6 Inflación.....	145

Capítulo VI - Plan Financiero de la empresa.

6.1. Cuadro de inversiones.....	149
6.2. Cuadro de cronograma de Inversiones.....	151
6.3. Cuadro de Depreciación.....	152
6.4. Cuadro de Servicio de la Deuda.....	153
6.5. Cuadro de RRHH.....	157
6.6. Cuadro de cronograma de producción.....	158
6.7. Cuadro de Ingresos	159
6.8. Cuadro de Egresos.....	160
6.9. Cuadro de punto de equilibrio.....	160
6.10. Cuadro de cálculo de Capital de Trabajo.....	161
6.11. Cuadro de Estado de Resultado Proyectado con y sin financiamiento.....	162
6.13. Cuadro de Flujo de Caja Proyectado con y sin financiamiento	164
6.15. Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectado con y sin financiamiento.....	166
6.17. Cuadro de Balances Proyectado con y sin financiamiento.....	168
7.19. Ratios Financieros.....	170

INTRODUCCIÓN

Óptica Urbana es un proyecto que nace, debido a la cantidad de casos sobre problemas de Visión que afecta a la gran mayoría de la población.

El envejecimiento de la población, las computadoras, los celulares, la moda, la salud. Son muchas las razones del aumento de la demanda de los servicios ópticos. Es por esos que Aprovechando esas cuestiones lo que nosotros queremos hacer es brindarle una Solución a esos problemas mediante un servicio de calidad, que les ayude a poder tener una vida normal. En Cuanto a su visión se refiera.