

Administración De Empresas

“Moda & Stilo Boutique S.R.L”

La excelencia en el buen vestir

Julia Elizabeth Patiño Ledezma

Asunción – Paraguay

2015

ÍNDICE

Introducción	6
Resumen Ejecutivo	7
Concepto de Boutique	8
1- CAPITULO I -ASPECTO JURÍDICO	9
- I.1.1 Introducción a la Idea del Proyecto	10
- I.1.1.1 Requerimiento Jurídico	10 - 19
2- CAPITULO II – INVESTIGACIÓN DE MERCADO	20
- II.2.1 Inv. de Mercado – Concepto	21
- II.2.1.1 Objetivo General de la Investigación	21
- II.2.2 Paso 2 de la Investigación Objetivos y Requerimientos	22
- II.3 Definir los tipos de Investigación a utilizar	23
- II.3.1 Investigación Exploratoria	23
- II.3.2 Fuente de Datos	23
- II.3.3 Investigación Concluyente	23
- II.3.4 Investigación Descriptiva	23
- II.4. 1 Paso 3 – Diseño de la Inv. y Fuente de Datos	24
- II.4.1.1 Investigación por Diseño Descriptivo	24
- II.5 Procedimiento de Recolección de Datos	25
- II.5.1 Paso 4 – Recolección de Datos – Inv. Descriptiva	25-31
- II.5.2 Encuesta	32-35
- II.5.3 Definir el tamaño	36
- II.5.4 Mapa - Ubicación de la empresa	37
- II.6. Unidades Muestrales	38
- II.6.2 Paso IV –Muestro Probabilístico	38
- II.6.3 Paso V -	39
- II.7 Codificación de la Encuesta	40
- II.7.1 Tabulación de Datos	45-48
- II.7.2 Análisis de Datos	49-59
- II.7.3 Informe Final	60
- III. CAPITULO III – MARKETING	61
- Análisis de la Macro segmentación	62 – 64
- Análisis de la Micro Segmentación	65
- Análisis de la Demanda	66
- Calculo de Gasto Promedio Anual	67
- Calculo de Frecuencia Anual de Compra	67
- Calculo del Mercado Potencial Absoluto	68
- Cuota de Mercado	69
- Demanda Global como obj del proyecto	70
- Plan de Marketing- Análisis Situacional	71-75
- Variables Controlables	76-77
- Variables No Controlable	78-81
- Combinaciones	82-84

- Objetivos Y Estrategias – Políticas y Reglas	85-99
- IV CAPITULO IV - ASPECTO ADMINISTRATIVO	100
- Lineamiento Estratégico : Misión ,Visión	101
- Análisis de la Estructura de la Competencia según Porter	102
- Modelo de la rivalidad de compra de Michael Porter	104-117
- Evaluación de la estrategia la Matriz Ansoff	119
- Análisis Situacional Variables Controlables y No controlables	120-136
- Estructura de la organización según Mintzberg	137-145
- Manual de funciones - Concepto	145-159
- Manual de Funciones	145-159
- Fluxograma - Concepto	160
- Fluxogramas	161-165
- Diagrama de Recursos Humanos	166- 172
- Cuadro de Recursos Humanos	173
- Análisis de estructura de compra/ costos	174-175
- Plan de Cuentas	175-183
- CAPITULO V ASPECTO ECONÓMICO	184
- V.5.1 Índices Económicos	185-188
- Superávit o Déficit fiscal	189
VI CAPITULO FINANCIERO	190
VI.6.1 CUADROS FINANCIEROS	192-217
CONCLUSIÓN	218
ANEXO	219-237

RESUMEN

El presente proyecto está enfocado en la puesta en marcha es de una empresa o mejor dicho una boutique se dedica exclusivamente a la venta de prendas de vestir para damas en la ciudad de Ñemby específicamente en la zona céntrica de dicha ciudad. Lugar estratégico se encuentra en una cuadra netamente comercial y en sus alrededores, cabe destacar que desde tempranas horas existe gran afluencia de personas. **Moda & Stilo Boutique SRL** es una empresa que se dedica específicamente a la venta de prendas de vestir para damas importadas desde la Argentina. El rango de edad que se tomó en cuenta es de 20 años a 34 años solo mujeres que residen en la ciudad

La inversión inicial requerida para la financiación del proyecto está conformada por un aporte de capital propio de 180.000.000 y aporte financiado por medio de una entidad bancaria de plaza por un valor de 38.645.771.

Uno de los elementos principales para el desarrollo competitivo, tanto de las naciones como de las organizaciones empresariales, es la innovación. Para ello es necesario considerar que se pretende enmarcar el rol del conocimiento en las organizaciones, y cómo este hace un importante aporte al mejoramiento de los factores competitivos. Por eso **Moda & Stilo Boutique** contrata los servicios de una consultora de imagen para que las clientas a la hora de compras ellas estén atendidas y orientadas de la mejor manera posible en cuanto a vestimenta se refiere.

Hoy en día, el rol del conocimiento ha cambiado debido a los nuevos paradigmas asociados a la sociedad de la información, y a la nueva economía basada en el conocimiento. Por lo anterior, las empresas han realizado algunos avances para manejar este activo, para así buscar la satisfacción de las necesidades del cambiante mercado.

Bajo esta dinámica, los procesos de tecnologías de información, que son la base de los procesos productivos, administrativos y contables, pueden ayudar a establecer parte de las condiciones asociadas a la implementación de la gestión del conocimiento, apoyando la generación de ventajas competitivas basadas en la capacidad de innovación y la explotación de las capacidades de cada uno de los miembros de la organización.