

Ingeniería Comercial

“YOUR BEAUTY MUEBLES S.R.L.”

Alumnos:

Carolina Mareco Núñez

Alan Alcides Fretes Coronel

SAN LORENZO – PARAGUAY

2020

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| Agradecimientos..... | 3 |
| Dedicatoria..... | 4 |
| Índice | 5 |
| Índice de Tablas, Figuras y Gráficos | 12 |
| Introducción..... | 16 |
| Resumen Ejecutivo..... | 17 |
| 1. CAPÍTULO I. ASPECTOS JURÍDICOS | 19 |
| 1.1. Introducción a la idea de proyecto..... | 19 |
| 1.2. Objetivos Generales | 19 |
| 1.3. Objetivos Específicos..... | 19 |
| 1.4. Requerimientos jurídicos | 20 |
| 1.4.1. Nombre o razón social | 20 |
| 1.4.2. Tipo de sociedad..... | 20 |
| 1.4.3. Aspectos legales y administrativos para el proceso de apertura y constitución jurídica | 20 |
| 1.4.3.1. Redacción de la Escritura de Constitución de la Empresa..... | 20 |
| 1.4.3.2. Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones..... | 21 |
| 1.4.4.3. Matrícula de comerciante..... | 22 |
| 1.4.4.4. Rubrica de libros contables | 22 |
| 1.4.4.5. Inscripción en la dirección de apoyo del ministerio de hacienda (R.U.C.) | 24 |
| 1.4.4.6. Inscripción en el Registro Administrativo de personas físicas y estructuras Jurídicas y el Registro Administrativo de Beneficiarios Finales (Ley 6446/19)..... | 24 |
| 1.4.4.7. Apertura en la municipalidad involucrada | 25 |
| 1.4.4.7.1. Solicitud de colocación de carteles | 26 |
| 1.4.4.8. Institución de Previsión Social (I.P.S) | 26 |
| 1.4.3.9. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS)..... | 27 |
| 1.4.3.10. Dirección de Propiedad Intelectual (Registro de Marcas)..... | 27 |
| 1.5. Costos de Constitución..... | 29 |
| 1.6 Obligaciones fiscales, municipales y laborales | 29 |
| 2. CAPÍTULO II. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS | 32 |
| 2.1. El proceso de investigación de mercados | 33 |
| 2.1.1. Necesidad de la Información..... | 33 |
| 2.1.2. Especificar los objetivos de la investigación y las necesidades de información..... | 33 |
| 2.1.3. Determinar el diseño de la investigación y las fuentes de datos | 36 |
| 2.1.3.1. Investigación exploratoria..... | 36 |
| 2.1.3.2. Investigación concluyente..... | 36 |
| 2.1.4. Procedimiento de recolección de datos | 37 |
| 2.1.4.1. Cuestionario estructurado..... | 38 |
| 2.1.5. Diseño de la muestra | 49 |
| 2.1.5.1. Definir la población..... | 50 |
| 2.1.5.2. Identificar el marco muestral | 50 |
| 2.1.5.3. Determinar el tamaño de la muestra | 58 |

| | | |
|----------|---|-----|
| 2.1.5.4. | Seleccionar un procedimiento de muestreo. | 58 |
| 2.1.5.5. | Seleccionar la muestra | 59 |
| 2.1.6. | Recolección de los datos | 60 |
| 2.1.7. | Presentar los resultados de la investigación de mercados..... | 79 |
| 2.1.8. | Valorización del costo de la investigación de mercados..... | 79 |
| 3. | CAPÍTULO III. LINEAMIENTO ESTRATÉGICO | 81 |
| 3.1. | Análisis de Microsegmentación | 81 |
| 3.1.1. | Definición de la industria..... | 81 |
| 3.1.2. | Definición de Mercado..... | 81 |
| 3.1.2.1. | Producto Mercado. | 81 |
| 3.2. | Declaración de la Misión y Visión..... | 82 |
| 3.3. | Análisis de la Microsegmentación | 83 |
| 3.3.1. | Definición del segmento Objetivo | 83 |
| 3.4. | Ciclo de Vida del Producto | 84 |
| 3.4.1. | Gráfico del ciclo de Vida del Producto | 84 |
| 3.5. | Análisis de la Demanda | 86 |
| 3.5.1. | Cálculo de la inversión anual promedio de las empresas..... | 86 |
| 3.5.2. | Inversión promedio anual por empresa..... | 89 |
| 3.5.3. | Cálculo de la Demanda Global | 89 |
| 3.5.3. | Cálculo del Mercado potencial absoluto. | 89 |
| 3.5.4. | Cuota de mercado. | 90 |
| 3.5.5. | Estimación de Ventas..... | 90 |
| 3.5.5.1. | Cálculo de la Estimación de Venta del Proyecto - 1º Año..... | 90 |
| 3.5.5.2. | Cálculo de la Estimación de Ventas del Proyecto. | 91 |
| 3.6. | Análisis de la Estructura Competitiva del Sector. (Las 5 fuerzas Competitivas de Michel Porter) | 92 |
| 3.6.1. | Amenaza de Nuevos Competidores | 93 |
| 3.6.2. | Poder de Negociación con los Clientes..... | 93 |
| 3.6.3. | Poder de Negociación con los Proveedores | 94 |
| 3.6.4. | Rivalidad entre Competidores..... | 95 |
| 3.6.5. | Amenaza de Productos Sustitutos | 96 |
| 3.6.6. | Resumen de las Fuerzas | 96 |
| 3.7. | Matriz de las Estrategias de Ansoff. | 97 |
| 3.7.1. | Estrategia de Penetración de Mercados | 98 |
| 3.7.2. | Desarrollo de Nuevos Productos..... | 98 |
| 3.7.3. | Desarrollo de Nuevos Mercados | 98 |
| 3.7.4. | Estrategia de Diversificación. | 98 |
| 4. | CAPÍTULO IV. PLAN DE MÁRKETING | 101 |
| 4.1. | Análisis Situacional | 101 |
| 4.1.1. | Variables Controlables | 101 |
| 4.1.1.1. | Producto. | 101 |
| 4.1.1.2. | Precio. | 102 |
| 4.1.1.3. | Plaza..... | 102 |
| 4.1.1.4. | Promoción. | 102 |
| 4.1.1.5. | Proceso. | 103 |
| 4.1.1.6. | Presencia Física..... | 103 |

| | | |
|----------|--|-----|
| 4.1.1.7. | Personal | 103 |
| 4.1.2. | Variables No Controlables | 104 |
| 4.1.2.1. | Consumidores | 104 |
| 4.1.2.2. | Competencia | 104 |
| 4.1.2.3. | Mercado. | 104 |
| 4.1.2.4. | Entorno..... | 105 |
| 4.2. | Listado Plano FODA..... | 105 |
| 4.3. | Matriz de Interacciones | 106 |
| 4.4. | Matriz Foda | 108 |
| 4.5. | Objetivos de Marketing..... | 109 |
| 4.5.1. | Objetivo 1..... | 109 |
| 4.5.2. | Objetivo 2..... | 110 |
| 4.5.3. | Objetivo 3..... | 110 |
| 4.5.4. | Objetivo 4..... | 111 |
| 4.5.5. | Planes de Acción..... | 111 |
| 4.5.6. | Resumen de la Inversión del Plan de Marketing..... | 115 |
| 4.6. | Identidad Corporativa | 116 |
| 4.6.1. | Isologo..... | 117 |
| 4.6.2. | Tipografías | 118 |
| 4.6.3. | Factura..... | 119 |
| 4.6.4. | Hoja Membretada..... | 120 |
| 4.6.5. | Carpeta | 121 |
| 4.6.6. | Tarjeta Personal | 122 |
| 4.6.7. | Bolígrafo. | 123 |
| 4.6.8. | Anotador. | 123 |
| 4.6.9. | Franela..... | 124 |
| 4.6.10. | Banner. | 125 |
| 4.6.11. | Uniformes | 126 |
| 4.7. | Presupuesto de Identidad corporativa | 127 |
| 4.8. | Presupuesto general de marketing..... | 127 |
| 5. | CAPÍTULO V. ADMINISTRACIÓN | 129 |
| 5.1. | Lineamiento Estratégico..... | 129 |
| 5.1.1. | Declaración de la Misión. | 129 |
| 5.1.2. | Declaración de la Visión. | 129 |
| 5.1.3. | Valores | 129 |
| 5.2. | Plan de Administración..... | 130 |
| 5.2.1. | Análisis Situacional - Matriz FODA..... | 130 |
| 5.2.1.1. | Variables Controlables..... | 130 |
| 5.2.1.2. | Variables No Controlables | 131 |
| 5.3. | Listado Plano FODA Administración..... | 131 |
| 5.4. | Matriz de Interacción. | 133 |
| 5.5. | Matriz FODA | 134 |
| 5.6. | Objetivos de Administración. | 135 |
| 5.7. | Estructura Organizacional..... | 138 |
| 5.7.1. | Organigrama | 138 |
| 5.7.2. | Estructura Funcional | 140 |

| | | |
|----------|---|-----|
| 5.7.3. | Partes funcionales de la Organización, según el criterio de Henry Mintzberg. | 140 |
| 5.7.3.1. | El Ápice Estratégico. | 141 |
| 5.7.3.2. | El Núcleo Operativo. | 141 |
| 5.7.3.3. | La Línea Intermedia..... | 141 |
| 5.7.3.4. | El Staff de Apoyo..... | 142 |
| 5.7.3.5. | Tecnoestructura..... | 142 |
| 5.7.3.6. | Tipos de Estructura según Henry Mintzberg. | 142 |
| 5.7.3.7. | Representación de la Estructura funcional de Mintzberg. YB MUEBLES S.R.L | 143 |
| 5.8. | Manual de Funciones | 144 |
| 5.8.1. | Funciones del Gerente General | 145 |
| 5.8.2. | Funciones de Secretaria de Gerencia | 146 |
| 5.8.3. | Funciones del Jefe Administrativo..... | 147 |
| 5.8.4. | Funciones del Auxiliar Administrativo..... | 148 |
| 5.8.5. | Funciones del Auxiliar de Compras..... | 149 |
| 5.8.6. | Funciones del Cajero/a..... | 150 |
| 5.8.7. | Funciones del Jefe Comercial | 151 |
| 5.8.8. | Funciones del Chofer. | 152 |
| 5.8.9. | Funciones del Plomero..... | 153 |
| 5.8.10. | Funciones del Jefe Comercial | 154 |
| 5.8.11. | Funciones del Vendedor. | 155 |
| 5.9. | Manual de Procedimientos..... | 156 |
| 5.9.1. | Procedimiento de pago a proveedores | 156 |
| 5.9.2. | Procedimiento de Ventas | 157 |
| 5.9.3. | Procedimiento de pago de salarios..... | 158 |
| 5.10. | Flujogramas..... | 159 |
| 5.10.1. | Flujograma del procedimiento de pago a proveedores | 160 |
| 5.10.2. | Flujograma del procedimiento de ventas | 161 |
| 5.10.3. | Flujograma del procedimiento de pago de salarios..... | 162 |
| 5.11. | Proceso de Recursos Humanos | 162 |
| 5.11.1. | Colaboradores | 162 |
| 5.11.2. | Proceso de reclutamiento del personal..... | 163 |
| 5.11.3. | Modelo de aviso de reclutamiento. | 163 |
| 5.12. | Layout | 164 |
| 5.13. | Plan de Cuentas de Your Beauty Muebles S.R.L | 165 |
| 5.14. | Estructura de Costos | 170 |
| 5.14.1. | Recursos Humanos..... | 170 |
| 5.14.2. | Activo Fijo. | 171 |
| 5.14.3. | Gastos de Pre inversión..... | 172 |
| 6. | CAPÍTULO VI. ASPECTO ECONÓMICO | 174 |
| 6.1. | Aspecto Económico. | 174 |
| 6.1.1. | Producto Interno Bruto. | 174 |
| 6.1.2. | Contexto Mundial y Regional | 175 |
| 6.1.3. | Contexto doméstico por el lado de la producción..... | 175 |
| 6.1.4. | Contexto doméstico por el lado del gasto. | 175 |
| 6.1.5. | Variación del Dólar Americano. | 176 |

| | | |
|----------|---|-----|
| 6.1.6. | Oferta y demanda | 176 |
| 6.1.7. | Inflación. | 177 |
| 6.1.8. | Tasas de interés | 177 |
| 6.1.9. | Comercio Internacional..... | 178 |
| 6.1.10. | Tasa de Inflación..... | 179 |
| 6.1.11. | Variación del Salario Mínimo..... | 179 |
| 6.12. | Contexto Político. | 180 |
| 6.13. | Contexto Social..... | 180 |
| 6.13.1. | Población y distribución. | 181 |
| 6.13.2. | Índice de pobreza | 181 |
| 6.3.3. | Indicadores de Ingresos..... | 182 |
| 6.3.4. | Tasa de natalidad y mortalidad. | 183 |
| 6.3.5. | Tasa de ocupación..... | 183 |
| 6.3.6. | Tasa de desocupación..... | 184 |
| 7. | CAPITULO VII. PLAN FINANCIERO | 186 |
| 7.1. | Información relevante del plan financiero. | 186 |
| 7.1.1. | Cuadro de Inversiones y Financiamiento..... | 186 |
| 7.1.3. | Depreciaciones y Amortizaciones..... | 186 |
| 7.1.4. | Mano de Obra | 186 |
| 7.1.5. | Cronograma de Producción y Ventas | 186 |
| 7.1.6. | Ingresos por Ventas..... | 187 |
| 7.1.7. | Servicio de Deuda | 187 |
| 7.1.8. | Costos Totales..... | 187 |
| 7.1.9. | Punto de Equilibrio. | 187 |
| 7.1.10. | Capital de Trabajo..... | 187 |
| 7.1.11. | Estado de resultados..... | 188 |
| 7.1.12. | Flujo de caja proyectado. | 188 |
| 7.1.13. | Valor actual neto (VAN)..... | 188 |
| 7.1.14. | Tasa interna de retorno (TIR)..... | 188 |
| 7.1.15. | Balances proyectados..... | 188 |
| 7.1.16. | Indicadores financieros | 189 |
| 7.2. | Cuadros financieros de la empresa Your Beauty Muebles S.R.L..... | 190 |
| 7.2.1. | Cuadro 1. Inversiones y Financiamiento..... | 190 |
| 7.2.1.1. | Cuadro 1a. Activos Fijos..... | 191 |
| 7.2.1.2. | Cuadro 1b. Resumen de los Gastos de Pre inversión..... | 192 |
| 7.2.2. | Cuadro 2. Cronograma de Inversiones y financiamiento..... | 192 |
| 7.2.3. | Cuadro 3. Depreciaciones y Amortizaciones | 193 |
| 7.2.4. | Cuadro 4. Servicio de deuda | 194 |
| 7.2.5. | Cuadro 5. Mano de Obra..... | 195 |
| 7.2.6. | Cuadro 6. Cronograma de Producción y Ventas..... | 196 |
| 7.2.7. | Cuadro 7. Ingresos por Ventas | 197 |
| 7.2.8. | Cuadro 8. Costos totales | 199 |
| 7.2.9. | Cuadro 9. Punto de Equilibrio. | 200 |
| 7.2.10. | Cuadro 10. Capital de Trabajo..... | 201 |
| 7.2.11. | Cuadro 11. Estados De Resultados Proyectos con Financiamiento..... | 202 |
| 7.2.12. | Cuadro 12. Estados De Resultados Proyectos Sin Financiamiento. | 203 |

| | | |
|---------|---|-----|
| 7.2.13. | Cuadro 13. Flujos de Caja proyectados con financiamiento..... | 204 |
| 7.2.14. | Cuadro 14. Flujos de Caja proyectados sin financiamiento..... | 205 |
| 7.2.15. | Cuadro 15. Origen y aplicación de fondos con financiamiento..... | 206 |
| 7.2.16. | Cuadro 16. Origen y aplicación de fondos sin financiamiento. | 207 |
| 7.2.17. | Cuadro 17. Balance proyectado con financiamiento. | 208 |
| 7.2.18. | Cuadro 18. Balance Proyectado sin financiamiento. | 209 |
| 7.2.19. | Cuadro 19. Indicadores Financieros | 210 |
| | CONCLUSIÓN | 211 |
| | BIBLIOGRAFÍA | 212 |
| | ANEXOS | 213 |

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la imagen corporal cumple un rol importante en la sociedad, sentirse y verse bien crea seguridad, aumenta y reafirma la autoestima de cada persona, la insistencia de los medios de comunicación tiene incidencia en la mente de las mismas, creando estándares de belleza cada vez más exigentes.

Por ello se opta por la creación de la empresa Your Beauty Muebles, considerando que el rubro al cual se apunta se encuentra en auge con un crecimiento de la demanda positivo, lo cual hace que con el producto que se ofrece responda a la necesidad de los clientes potenciales.

La línea de muebles que se pretende ofrecer es de una gama moderna y sofisticada, el cual permitiría que los salones de belleza estén a la altura de las exigencias de los estándares de calidad dentro del mercado.

Considerando estos aspectos importantes, se lleva a cabo el estudio y análisis de la factibilidad de implementar este proyecto de inversión en el rubro de ventas de muebles para salones de bellezas.