

**Ciencias Contables y Administrativas**

*Tu Tienda online.*

*Todo lo que buscas en un solo lugar y a un solo Click*

**Shirley Larissa Maidana Talavera**

**Asunción - Paraguay**

**2016**

# ÍNDICE

## AGRADECIMIENTOS

## INTRODUCCION

### CAPITULO I

Introducción a la idea de negocio	2
Requerimientos Jurídicos	3
Localización	15
Croquis	18

### CAPITULO II INVESTIGACION DE MERCADO

Objetivos e hipótesis de investigación	20
Investigación a ser utilizada	21
Determinación del Plan y Tamaño de la muestra	23
Recolección de datos	24
Informe final	33

### CAPITULO III PLAN DE MARKETING

Análisis de la macro-segmentación	36
Análisis de los competidores	37
Misión y Visión de la empresa	40
Análisis de la micro-segmentación	40
Ciclo de vida del producto	42
Análisis de la demanda	44
Cuadro de ventas proyectados por mes	45
Proyección anual de ventas	49

### PLAN DE MARKETING

Producto	50
Precio	59
Promoción	59
Plaza	61
Análisis FODA	61
Matriz FODA	62
Matriz de análisis FODA	64
Objetivos a corto y mediano plazo	65
Estrategias Genéricas de Porter	66
Planes de acción	67
Cuadro de inversión en plan de MKT	69

### CAPITULO IV

Análisis de la estructura competitiva de Porter	71
Estructura competitiva de Porter. Puntuación y Nivel	74
Conclusión	75
Plan de Administración	76
Matriz FODA	77
Estrategias y Objetivos	81
Políticas	82

Planes de acción	93
Plan de administración proyectado por 5 años	95
Estructura Organizacional	96
Tipo de estructura y mecanismo de adaptación	97
Organización según el criterio de Henry Mintzberg	98
Layout	99
Recursos Humanos	100
Gastos de Producción y Servicios	101
Plan de cuentas	102
Manual de cuentas	110
Manual de funciones	130
Manual de procedimientos	131
Fluxograma	134
<b>ASPECTOS ECONOMICOS</b>	
Producto Interno Bruto	136
Balanza Comercial	137
Fluctuación del tipo de cambio	137
Comportamiento de la reserva monetaria	138
Superávit o déficit fiscal	139
<b>CAPITULO V PLAN FINANCIERO</b>	
Plan financiero	142
<b>CAPITULO VI RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL</b>	
Impacto Ambiental	150
Polución Visual y Polución sonora	151
Impacto socio-económico y cultural	151
Plan de expansión	152
Barrera de salida	153
Conclusión Final	154
Bibliografía	155

## INTRODUCCIÓN

En los diferentes capítulos del trabajo se puede evaluar si se alcanzó el objetivo principal perseguido por el trabajo que es comprobar la viabilidad del proyecto.

Cuando hablamos de viabilidad, nos referimos únicamente al punto de vista económico y financiero, aunque son puntos de considerable importancia.

Nos referimos también a los siguientes puntos de vista:

- Jurídico: el cual enfoca en las leyes que pudieran impedir la implementación del proyecto
- Técnico: el cual indica si se cuentan con todas las herramientas necesarias para la ejecución del trabajo
- Económico: el cual nos indica que el proyecto es rentable sin financiación si la tasa interna de retorno es mayor al costo promedio ponderado de capital
- Financiero: el cual indica que el proyecto con financiación sea viable, si el valor actual neto (VAN) es positivo y la TIR es mayor a la tasa de corte
- Vista Social: el cual se enfoca en la generación de fuente de trabajo, directa e indirectamente

En cuanto al estudio de mercado se empleó la investigación exploratoria y descriptiva, se cree que existe un mercado potencial muy atractivo ya que se enfoca en la originalidad en marcas reconocidas