

Ingeniería Comercial

Happy Kids S.R.L.

Alumnas:

Marta Belén Armoa Martínez

María Belén Zarate Ayala

Asunción – Paraguay

2020

ÍNDICE

Introducción	28
Capítulo I - Jurídico.....	29
1.1. Introducción a la idea del proyecto.....	29
1.2. Requerimientos Jurídicos de acuerdo al tipo de Sociedad a constituirse ..	30
1.2.1. Nombre o razón social: “HAPPY KIDS S.R.L.”.....	30
1.2.2. Tipo de Sociedad: Sociedad de Responsabilidad Limitada.....	30
1.3. Otros tipos de sociedades	31
1.3.1 Sociedad por Acciones.....	31
1.3.2 Unipersonal.....	31
1.3.3 Sociedad en comandita simple	31
1.3.4 Sociedad en comandita por acciones.....	32
1.4. Impuesto a la renta personal trae facilidades a contribuyentes de renta	32
1.5. Registros de Personas y Estructuras Jurídicas y de Beneficiarios Finales ..	33
1.6. Nuevos registros administrativos creados por la ley.	33
1.6.1 El Registro Administrativo de Personas y Estructuras Jurídicas:.....	33
1.6.2. El Registro Administrativo de Beneficiarios Finales.....	33
1.6.3. Inscripciones o comunicaciones.....	33
1.6.4. Beneficiarios finales.....	34
1.6.5. Plazos para tener en cuenta para la inscripción en ambos registros:	34
1.6.6. Medidas a ser aplicadas si no se realiza la inscripción.....	35
1.7. Constitución Jurídica de Happy Kids S.R.L.	35
1.7.1. Escritura de constitución.....	35
1.7.2. Estatuto	35
1.7.3. Requisitos de una Escritura de Constitución:.....	35
1.7.4. Tramites a cargo del escribano.....	37
1.8. Inscripción en el Registro Público de Comercio	37
1.9. Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones..	38
1.10. Publicación del acto de constitución de una S.R.L.	39
1.11. Compra y Rubrica de Libros Contables.....	41
1.12. Inscripción en la Dirección del Ministerio de Hacienda (RUC)	43
1.13. Apertura de patente en la Municipalidad de Asunción:	43
1.14. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.....	46
1.15. Instituto de Previsión Social: (IPS)	47
1.16. Dirección de Propiedad intelectual (registro de marcas).....	47
1.17. Ministerio de Educación y ciencia (MEC).....	48
1.18. Resumen de costos de los requerimientos Jurídicos.....	50
Capítulo II – Investigación de Mercados.....	52
2.1. Investigación de Mercado.....	52
2.1.1. Demanda Global.....	52
2.1.2. Mercado Potencial absoluto.....	52
2.1.3. Cuota de mercado	52
2.2. Paso 1: Objetivo general de la investigación	52
2.2.1. Análisis de la demanda	52

2.2.2. Descripción de la muestra	53
2.2.3. Objetivo General de investigación de Happy Kids S.R.L.	53
2.3. Tipos de Comportamiento del consumidor	53
2.3.1. Cognitivo.....	53
2.3.2. Afectivo	53
2.3.3. Comportamental	53
2.4. Paso 2: Objetivos y requerimientos de Happy Kids S.R.L.	54
2.4.1. Objetivo Cognitivo:.....	54
2.4.2. Objetivo Afectivo:.....	54
2.4.3. Objetivo Comportamental:.....	54
2.4.4. Objetivo de la demanda - Se subdivide en:.....	54
2.4.4.1. Objetivo de la demanda global:.....	54
2.4.4.2. Objetivo del mercado potencial:	55
2.4.4.3. Objetivo cuota de mercado:	55
2.4.5. Objetivos y requerimientos de Happy Kids S.R.L.:	55
2.4.5.1. Objetivo Cognitivo	55
2.4.5.2. Objetivo Afectivo:	55
2.4.5.3. Objetivo Comportamental:.....	56
2.4.6. Objetivo de la demanda - Se subdivide en:.....	56
2.4.6.1. Objetivo de la demanda global:.....	56
2.4.6.2. Objetivo del mercado potencial:	56
2.4.6.3. Objetivo cuota de mercado:	57
2.4.6.4. Objetivo Sociodemográficos:	57
2.5. Paso 3: Diseño de investigación	57
2.5.1. Tipos de investigación.....	57
2.5.1.1. Investigación Exploratoria:.....	57
2.5.1.2. Investigación concluyente:	58
2.5.2. Otros tipos de investigación:.....	58
2.5.2.1. Investigación cuantitativa:	58
2.5.2.2. Investigación cualitativa:	58
2.5.3. Diseño de investigación de Happy Kids S.R.L.	59
2.5.4. Requerimientos:.....	59
2.6. Paso 4: Procedimiento de recolección de datos.....	60
2.6.1. La encuesta:.....	60
2.6.2. La entrevista:.....	60
2.6.3. Procedimiento de recolección de datos de Happy Kids S.R.L.	61
2.6.4. Cuestionario Estructurado.....	67
2.7. Paso 5: Determinación del plan y tamaño de la muestra.	72
2.7.1. Paso 1: Definir la población	72
2.7.2. Definición de la población de Happy Kids S.R.L.....	72
2.7.3. Paso 2: Identificar el marco muestral lista de empresas.....	73
2.7.4. Paso 3: Determinar el tamaño de la muestra	83
2.7.5. Determinación del tamaño de la muestra de Happy Kids S.R.L.....	84
2.7.6. Paso 4: Seleccionar un procedimiento de muestreo.....	84
2.7.7. Tipos de procedimientos para la selección de muestreo.....	85

2.7.7.1. Procedimiento Probabilísticos.....	85
2.7.7.2. Procedimiento No probabilístico	85
2.7.8. Procedimiento de muestreo de Happy Kids S.R.L.....	86
2.7.9. Paso 5: Seleccionar la muestra – Cronograma.....	87
2.7.10. Cronograma de la selección de la muestra de Happy Kids S.R.L.	87
2.8. Codificación y tabulación.....	87
2.8.1. La codificación:.....	87
2.8.2. Libro código:	88
2.8.3. La tabulación:.....	90
2.9. Recopilación de datos	90
2.9.1. Análisis de Datos.....	91
2.10. Conclusiones/Informe.....	107
2.11. Resumen de costos de la investigación de mercados.....	108
Capítulo III - Lineamiento Estratégico.....	109
3.1. Análisis de la Macro segmentación	109
3.1.1. Definición de Mercado de referencia	109
3.1.2. Necesidades o funciones:	109
3.1.3. Necesitados o funciones de Happy Kids S.R.L.....	109
3.1.4. Grupo de clientes:	109
3.1.5. Grupo de clientes de Happy Kids S.R.L.	110
3.1.6. Alternativas tecnológicas:	110
3.1.7. Alternativas tecnológicas de Happy Kids S.R.L.	110
3.1.8. Marco Tridimensional.....	110
3.1.9. Concepto de Misión:	111
3.1.10. Concepto de Visión:.....	111
3.1.11. Misión de Happy Kids S.R.L.	111
3.1.12. Visión de Happy Kids S.R.L.	111
3.2. Análisis de la Micro segmentación	111
3.2.1. Tipos de Micro segmentación	112
3.2.1.1. Segmentación Geográfica:	112
3.2.1.2. Segmentación Demográfica:.....	112
3.2.1.3. Segmentación Psicográficas:.....	112
3.2.1.4. Segmentación Conductual:	112
3.2.1.5. Segmentación por ocasión:.....	112
3.2.1.6. Segmentación por beneficio:	113
3.2.2. Tipos de segmentación en la que se basa Happy Kids S.R.L.	113
3.2.2.1. Segmentación Geográfica y Demográfica:.....	113
3.2.2.2. Segmentación Psicográficas:.....	113
3.3. Ciclo de vida del Producto	113
3.3.1. Etapas del ciclo de vida de un producto.....	113
3.3.1.1. Nacimiento:.....	113
3.3.1.2. Crecimiento:.....	114
3.3.1.3. Madurez:.....	114
3.3.1.4. Declive:.....	114
3.4. Competidores en etapa de Introducción.....	115

3.4.1. Guardería Los Cariñositos.....	115
3.4.2. Guardería Infantil Los Bichitos.....	116
3.4.3. Guardería Trompitas.....	117
3.4.4. Guardería Kids World.....	117
3.5. Análisis de la demanda:.....	118
3.5.1. Demanda Global:	118
3.5.2. Calculo de la Demanda Global:	118
3.6. Mercado potencial absoluto:.....	120
3.6.1. Usuario potencial:.....	120
3.6.2. Calculo del mercado potencial absoluto.....	120
3.7. Cuota de mercado.....	120
3.7.1. Calculo de la cuota de mercado	120
3.8. Demanda como objetivo de ventas para el primer año del proyecto.....	121
3.8.1. Calculo de las ventas para el primer año del proyecto.....	121
3.9. Demanda como objetivo de ventas proyectada a 5 años.....	122
3.10. Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter	122
3.10.1. Rivalidad entre empresas competidoras:.....	122
3.10.2. Barrera de entradas:.....	123
3.10.2. El poder negociador de los proveedores:.....	123
3.10.3. El poder negociador de los clientes:	123
3.10.3. Productos sustitutivos:.....	123
3.11. Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Happy Kids S.R.L.....	124
3.12. Informe de las 5 Fuerzas según M. Porter de Happy Kids S.R.L.....	126
3.13. Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.....	127
3.13.1. Estrategia de la matriz de Ansoff	127
3.13.2. Estrategia de penetración de mercados:.....	127
3.13.3. Estrategia de desarrollo de nuevos mercados:.....	128
3.13.4. Estrategia de desarrollo de nuevos productos:	128
3.13.5. Estrategia de diversificación:.....	128
3.14. Atributos de la escala de Likert en investigación de mercados.....	130
3.14.1. Posicionamiento Cualitativo	130
3.14.2. Posicionamiento cualitativo de Happy Kids S.R.L.	130
Capitulo IV – Plan de Marketing	132
4.1. Plan de Marketing.....	132
4.1.1. ¿Cómo elaborar un plan de marketing?.....	132
4.2. Partes de un plan de Marketing	132
4.2.1. Análisis externo	133
4.2.1.1. Oportunidades.....	133
4.2.1.2. Amenazas.....	133
4.2.2. Análisis interno.....	133
4.2.2.1. Fortalezas.....	134
4.2.2.2. Debilidades.....	134
4.2.3. Variables controlables.....	134
4.2.4. Las 7 p's del marketing.	134
4.2.4.1. Producto.....	135

4.2.4.2 Precio	136
4.2.4.3. Estrategias de fijación de precios	136
4.2.4.4. Fijación de precios basada en la competencia.....	136
4.2.4.5. Fijación de precios para penetrar en el mercado	136
4.2.4.6. Fijación de precios segmentada.....	137
4.2.4.7. Estrategias de fijación de precios de Happy Kids S.R.L.	137
4.2.4.8. Plaza	138
4.2.4.9. Promoción.....	139
4.2.4.10. Personas.....	139
4.2.4.11. Procesos.....	140
4.2.4.12. Posicionamiento	141
4.2.5. Variables no controlables.....	142
4.2.5.1. Competencia	142
4.2.5.2. Competidores en etapa de Introducción.....	142
4.2.5.3. Consumidor:.....	145
4.2.5.4. Mercado.....	146
4.2.5.5. Entorno	147
4.2.6. Listado Plano.....	147
4.2.7. Matriz de Interacciones.....	150
4.2.8. Matriz de FODA.....	150
4.2.9. Objetivos y Estrategias de Happy Kids S.R.L.:	153
4.2.9.1. Primer Objetivo de Happy Kids S.R.L.	153
4.2.9.2. Estrategias del primer Objetivo de Happy Kids S.R.L.....	154
4.2.9.3. Estrategia de comunicación del Primer Objetivo del Plan de Marketing	157
4.2.9.4. Plan de acción del primer objetivo de Happy Kids S.R.L.....	157
4.2.9.5. Proyección de venta del primer objetivo.....	158
4.2.9.6. Segundo Objetivo de Happy Kids S.R.L.	158
4.2.9.7. Estrategias del segundo objetivo de Happy Kids S.R.L.....	158
4.2.9.8. Estrategia de comunicación del Segundo Objetivo del Plan de Marketing	162
4.2.9.9. Plan de acción del segundo objetivo de Happy Kids S.R.L.	162
4.2.9.10. Proyección de venta del segundo objetivo de Happy Kids S.R.L.	163
4.2.9.11. Tercer Objetivo de Happy Kids S.R.L.....	163
4.2.9.12. Estrategias de tercer objetivo de Happy Kids S.R.L.	163
4.2.9.13. Estrategia de comunicación del Tercer Objetivo del Plan de Marketing.....	166
4.2.9.14. Plan de acción del tercer objetivo de Happy Kids S.R.L.	166
4.2.9.15. Proyección de venta del tercer objetivo de Happy Kids S.R.L.	166
4.2.10. Planes de Acción de los objetivos de Marketing	167
4.2.11. Cuadro resumen de la inversión de cada objetivo.	169
4.2.12. Cuadro resumen de la proyección de ventas de cada objetivo.	170
4.3. Identidad Corporativa	170
4.4. Diferencia entre imagen e identidad corporativa	171
4.5. Manual de Marca.....	171
4.5.1. Elementos fundamentales que debe incluir un manual:.....	171
4.6. Conceptos a tener en cuenta:.....	172
4.6.1. Aplicaciones Ofimáticas.....	172

4.6.2. Merchandising.....	172
4.7. Papelería de Happy Kids S.R.L.....	174
4.7.1. Modelo de Factura	174
4.7.2. Diseño de tarjetas.....	175
4.7.3. Agendas.....	175
4.7.4. Carpetas Archivadoras.....	176
4.7.5. Local de Happy Kids S.R.L.....	177
4.7.6. Uniformes.....	177
4.8. Resumen de costos de Identidad Corporativa	178
Capítulo V Administrativo.....	179
5.1. Lineamiento estratégico (Ápice estratégico).....	179
5.1.1 Declaración de la Visión (Macro-segmentación).....	179
5.1.2. Declaración de la Misión (Macro-segmentación).....	179
5.2. Plan de administración: (Dirección Media).....	179
5.2.1. Análisis Situacional – Matriz FODA.....	179
5.2.2. Factores administrativos – Variables Controlables.....	179
5.2.2.1. Costo	179
5.2.2.2. Calidad de Gestión	180
5.2.2.3. RRHH.....	180
5.2.2.4. Productividad.....	181
5.2.3. Factores Externos - Variables no controlables.....	181
5.2.3.1. Entorno económico.....	181
5.2.3.2. Entorno legal.....	182
5.2.3.3. Competidores.....	183
5.2.4. Listado plano de Administración FODA	183
5.2.5. Matriz de interacción Administración.....	185
5.2.6. Matriz FODA Administración.....	186
5.2.7. Objetivos:.....	187
5.2.7.1. Objetivo de Administración de Happy Kids S.R.L.....	187
5.2.7.2. Estrategias de Administración de Happy Kids S.R.L.	187
5.2.7.3. Políticas de Administración de Happy Kids S.R.L.	187
5.2.7.4. Reglas de Administración de Happy Kids S.R.L.	188
5.2.7.5. Plan de acción del objetivo de administración de Happy Kids S.R.L.....	188
5.3. Estructura Organizacional.....	189
5.3.1. Tipos de Estructuras:	189
5.3.1.1. Estructura simple:	189
5.3.1.2. Burocracia profesional:	189
5.3.1.3. Burocracia Maquinal:.....	190
5.3.1.4. Adhocracia:	190
5.3.1.5. Estructura Divisionalizada:.....	190
5.3.1.6. Estructura funcional:.....	190
5.3.2. Mecanismo de adaptación y control	190
5.3.2.1. Adaptación mutua:.....	190
5.3.2.2. Supervisión directa:.....	190
5.3.2.3. Normalización de los resultados:.....	191

5.3.2.4. Happy Kids S.R.L.....	191
5.3.3. Organigrama.....	191
5.3.3.1. Tipos de organigrama	191
5.3.3.2. Organigrama de la Empresa “Happy Kids S.R.L.”	192
5.3.3.3. Partes de una Estructura Organizacional.....	193
5.3.4. De acuerdo con Mintzberg se identifican 5 elementos:.....	193
5.3.4.1. Ápice estratégico:.....	193
5.3.4.2. Línea Media:.....	193
5.3.4.3. Núcleo de Operaciones:.....	193
5.3.4.4. Tecnoestructura:.....	194
5.3.4.5. Staff de apoyo:	194
5.3.4.6. Partes de la Estructura Organizacional de “Happy Kids”	194
5.4. Localización de la empresa u organización.....	195
5.5. Layout	196
5.5.1. Layout – Oficina Administrativa.....	197
5.5.2. Cuadro de activos y recursos a ser empleados.....	198
5.6. Manual de funciones.....	199
5.6.1. Aspectos del Manual de Funciones.....	199
5.7. Manual de procedimiento.....	214
5.8. Fluxogramas.....	217
5.8.1. Importancia	217
5.8.2. Simbología de los Flujogramas.....	217
5.8.3. Diagrama de Flujo	221
5.9. Recursos humanos	222
5.9.1. Administración de Capital Humano	222
5.9.2. Funciones del departamento de Capital Humano	222
5.9.3. Entrevista.....	223
5.9.4. Etapas de la entrevista de selección.....	223
5.9.5. Proceso de selección de personal.	224
5.9.6. Incorporación del personal	224
5.9.7. ¿Qué es el aporte?	225
5.9.8. Salario:.....	225
5.9.9. Bonificación Familiar	225
5.9.10. Condiciones legales en que debe encontrarse el hijo beneficiado.....	225
5.9.11. ¿A quién la legislación considera Empleador?.....	226
5.9.12. ¿A quién la legislación considera Trabajador?.....	226
5.9.13. Código laboral.....	226
5.9.14. ¿Cuándo debe comunicarse la entrada de un Trabajador?	226
5.9.15. Aguinaldo:	226
5.9.16. Protocolo de COVID-19 dentro de las guarderías.	227
5.10. Análisis de estructura de costos.....	228
5.11. Estructura de costos.....	228
5.12. Tipos de Costos.....	229
5.12.1. Los Costos Fijos:	229
5.12.2. Los costos Variables:	229

5.13. Análisis de estructura de costos de Happy Kids S.R.L.	230
5.13.1. Costos de Insumos	230
5.13.2. Costos de servicios básicos	231
5.13.3. Costos de alquiler de inmueble	232
5.13.4. Costos de combustible y lubricantes	233
5.13.5. Gastos de Mantenimiento y Reparaciones	233
5.13.6. Costo de habilitación vehicular	234
5.13.7. Gastos de seguro vehicular	234
5.14. Plan de cuentas	234
5.14.1 Objetivo de plan de cuentas	234
5.14.2. Clasificación de las cuentas contables	235
5.15. Manual de cuentas	237
5.16. Otros conceptos básicos de la contabilidad:	239
5.17. La finalidad e importancia de la contabilidad	240
Capítulo VI Aspecto Económico	241
6.1. Indicadores Económicos	241
6.2. Producto Interno Bruto (PIB)	241
6.2.1. ¿Cómo se calcula el producto interior bruto (PIB)?	241
6.2.1. Producto Interno Bruto (PIB) en Paraguay	241
6.3. Balanza comercial (importación/exportaciones)	242
6.3.1. Resultado de la balanza comercial	242
6.3.2. Reporte de Comercio Exterior Julio 2019 de Paraguay	243
6.3.2.1. Exportaciones	243
6.3.2.2. Importaciones	243
6.4. Balanza comercial	244
6.4.1. Fluctuación del tipo de cambio	244
6.4.2. Tipos de sistemas cambiarios	245
6.5. Comportamiento de la reserva monetaria	246
6.5.1. Comportamiento de la reserva monetaria en Paraguay	247
6.6. Superávit o déficit Fiscal	248
6.6.1. Superávit o déficit Fiscal en Paraguay	248
6.7. Inflación	249
6.7.1. Inflación en Paraguay	250
Capítulo VII Plan Financiero de la empresa	251
7.1. Cuadro de inversiones	251
7.1.1 Resumen de inversiones en activos fijos	252
7.1.2 Resumen de los gastos de pre inversión	253
7.2 Cuadro de cronograma de Inversiones	253
7.3 Cuadro de Depreciación	254
7.4 Cuadro de Servicio de la Deuda	255
7.4.1 Diferencia entre sistema alemán y francés	256
7.5 Cuadro de RRHH	256
7.6 Cuadro de cronograma de producción y ventas	258
7.7 Cuadro de Ingresos	259
7.8 Cuadro de Egresos	259

7.9 Cuadro de punto de equilibrio.....	261
7.10 Cuadro de cálculo de Capital de Trabajo.....	262
7.11 Cuadro de Estado de Resultado Proyectado con y sin financiamiento....	263
7.12 Cuadro de Flujo de Caja Proyectado con y sin financiamiento	265
7.13 Cuadro de Origen y Aplicación con y sin financiamiento.....	268
7.14 Cuadro de Balances Proyectado con y sin financiamiento.	269
7.15 Ratios Financieros.....	272
Conclusión	275
Anexo.....	276
Escritura de Constitución de “HAPPY KIDS S.R.L.”	276
Libro de códigos del cuestionario estructurado	283
Bibliografía	285

INTRODUCCIÓN

La empresa que se describirá de forma más detallada en las siguientes páginas trata básicamente del servicio de atención infantil y lactancia materna a empresas privadas de forma tercerizada que contienen un agregado especial el cual es concebir un ambiente tranquilo y sin preocupaciones sobre el cuidado, atención y educación de sus hijos, así también brindar un área cómoda y segura para las madres de manera a proteger y promover la lactancia materna.

Esta idea de negocio nace ya que este segundo hogar permite mejorar su calidad de vida, así como el desarrollo integral de los niños, son espacios que permiten a sus colaboradores (mama y papa) con hijos pequeños asistir a sus puestos de trabajo, teniendo la posibilidad de estar cerca de ellos. Así también le estaremos beneficiando tanto a las empresas como a los padres, ya que las empresas estarían ayudando con el abono del 50% de la cuota, y los padres el 50% restante, siendo así un costo ínfimo para los mismos en comparación a lo que estarían abonando en otras guarderías externas.

Es por eso que el servicio que ofrecemos cuenta con profesionales parvularios, enfermeras, pediatras y la infraestructura necesaria para la comodidad de los pequeños. Los padres cuentan con tiempos determinados para ir a ver a sus hijos. Los niños cuentan con una rutina diaria que consta de higiene, juegos, expresión corporal, expresión musical, estimulación temprana, talleres de dibujo y pinturas.

A lo largo de este trabajo demostraremos cuan factible es la idea de negocio a emprender, sustentándonos en fundamentos teóricos bien detallados. La investigación se encuentra estructurada en 7 capítulos en donde se desarrollan distintos temas importantes acerca de la idea de negocio, incluyendo la investigación de mercado realizado, como también así el plan de marketing, plan financiero de la empresa entre otros temas.