

**Ingeniería Comercial**

**LittleCare “Cuidamos con amor”**

**Alumnas:**

**Gianinna María Baranda Robertti**

**Ángela Paola López**

**Asunción- Paraguay**

**2018**

## INDICE

Resumen Ejecutivo.....	2
Agradecimientos.....	6
1. CAPITULO I – JURIDICO. ....	14
1.1. Introducción a la idea de proyecto.....	14
1.2. Requerimientos Jurídicos. ....	15
1.2.1. Nombre o Razón social. ....	15
1.2.2. Tipo de Sociedad.....	15
1.2.3. Constitución Jurídica:.....	16
1.3. Localización de la empresa.....	31
2. CAPITULO II – Investigación de Mercado.....	34
2.1. Objetivos generales de la Investigación. ....	34
2.2. Objetivos específicos de la investigación.....	34
2.3. Tipos de Investigación:.....	37
2.4. Procedimiento de recolección de datos ....	41
2.5. Determinación del plan y tamaño de la muestra.....	51
2.6. Codificación y Tabulación.....	56
2.7. Análisis de datos.....	56
2.8. Conclusiones:.....	76
2.9. Valorización de costos:.....	77
3. CAPITULO III – Lineamiento estratégico. ....	79
3.1. Análisis de la macro segmentación: ....	79
3.2. Análisis de la microsegmentación:.....	82
3.3. Análisis de la demanda ....	88
3.4. Análisis de las cinco fuerzas de Porter.....	92
3.5. Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff ....	97
3.6. Diferenciación ....	99
4. CAPITULO IV PLAN DE MARKETING.....	101
4.1. Plan de Marketing.....	101
4.2. Análisis Situacional ....	101
Matriz FODA.....	115
4.3. Objetivos de Marketing: ....	115
4.3.1. Estrategias: ....	116
Plan de Acción:.....	116
4.3.2. Planes de Acción:.....	120
4.3.3. Cuadro resumen de la inversión de cada Objetivo:.....	125
4.3.4. Estimación de facturación por objetivo.....	126
5. CAPITULO V –ADMINISTRACIÓN. ....	128
5.1. Lineamiento estratégico.....	128
5.1.1. Visión:.....	128
5.1.2. Misión: ....	128
5.2. Plan de administración.....	128
5.2.1. Análisis situacional: ....	128
Matriz FODA.....	136

5.2.2. Objetivos de Administración:.....	136
5.3. Estructura organizacional: .....	141
5.3.1. Organigrama:.....	141
5.3.2. Layout.....	150
5.3.3. Manual de funciones: .....	153
5.3.4 Manual de procedimientos: .....	165
5.3.5 Fluxogramas. ....	168
5.4. Activos Fijos.....	178
5.5. Análisis de estructura de costos.....	179
5.6. Plan de cuentas: .....	180
6. CAPITULO VI – Aspecto Económico. ....	189
6.1. Indicadores Económicos:.....	189
7. Capitulo VII Plan Financiero de la Empresa .....	195
7.1. Cuadros financieros para su análisis.....	195
7.1.1. Cuadro de Inversiones.....	195
7.1.2. Cuadro de Cronogramas de Inversiones.....	197
7.1.3. Cuadro de Depreciaciones.....	198
7.1.4. Cuadro de Servicios de la Deuda .....	199
7.1.5. Cuadro de Mano de Obras.....	200
7.1.6. Cuadro de Ingresos por Ventas .....	201
7.1.7. Cuadro de Costos Totales.....	202
7.1.8. Cuadro de Punto de Equilibrio .....	202
7.1.9. Cuadro de Capital de Trabajo.....	203
7.1.10. Cuadro de Estados de Resultados con Financiamiento.....	204
7.1.11. Cuadro de Estados de Resultados sin Financiamiento .....	205
7.1.12. Cuadros de Flujo de Caja de Proyectos con Financiamiento .....	206
7.1.13. Cuadros de Flujo de Caja de Proyectos sin Financiamiento .....	207
7.1.14. Cuadros de Flujo de Caja Balances Proyectoados con Financiamiento.....	208
7.1.15. Cuadro de Balance Proyectoado sin financiamiento.....	209
7.1.16. Cuadro de Indicadores Financieros.....	210
7.2. Conclusión de los análisis financieros.....	211
8. ANEXOS .....	213
8.1. ANEXO 1 – Escritura de constitución. ....	213
8.2. Anexo 2. Modelo de Encuesta.....	219
8.3. Anexo 3. Formularios.....	222

## **RESUMEN**

### **Capítulo I – Jurídico.**

Se detalla la idea del proyecto, a qué se dedica, qué tipo de servicio va a ofrecer, requerimientos, duración y costos concernientes a la apertura de una empresa.

Se determina también la localización de la oficina, mediante el método de factores ponderados.

### **Capítulo II – Investigación de mercado.**

En este capítulo se desarrollan los objetivos generales y específicos de la investigación, se determina el tipo de investigación a realizar, se procede a recolectar datos y determinar la muestra que serán objetos de análisis.

Posteriormente, se procede a codificar y tabular los resultados obtenidos de las encuestas realizadas y se elabora la conclusión de la investigación de mercado.

### **Capítulo III – Lineamiento estratégico.**

En este capítulo se procede a analizar la micro y macro segmentación, utilizando los datos obtenidos de la investigación de mercado, los competidores directos e indirectos, etapa del ciclo de vida en el que se encuentra la organización.

También se estima la demanda global, mercado absoluto y se realiza la proyección de venta para los próximos cinco años.

Se define la misión y visión de la organización y se determina el nivel de atractividad que tiene la organización mediante el análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter.

Se evalúa la estrategia de matriz de Ansoff y se define cuál será la estrategia por implementar.

Por último, se destacan los atributos mejores valorados en la investigación de mercado y se realiza el análisis de diferenciación.

### **Capítulo IV – Plan de Marketing.**

En este capítulo primeramente se realiza un análisis situacional, contemplando las variables controlables y no controlables y definiendo las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades mediante las variables.

Luego se procede al análisis FODA para determinar los objetivos de marketing. Los mismos cuentan con planes de acción a ser ejecutados, estrategias, como así también políticas y reglas.

Por cada objetivo se estima de cuánto será la inversión para realizar el mismo y cuánto será la facturación de cada uno.

### **Capítulo V – Plan de Administración**

Primeramente, se declara la misión y visión de la organización, luego se realiza un análisis situacional administrativo, para declarar las variables controlables y no controlables.

Posteriormente se hace un análisis de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades para determinar y definir cuáles serán los objetivos de administración

Por cada objetivo, se determina también la estrategia, plan de acción, políticas y reglas a implementar, concluyendo con la estimación de inversión por objetivo y facturación por cada uno de ellos.

En este capítulo también se desarrolla el organigrama de la organización, el Layout que permite visualizar los activos fijos de la empresa, el manual de funciones, procedimientos y fluxogramas.

Se lista la cantidad de activos fijos junto con sus costos y el plan de cuenta. Capítulo VI – Aspecto Económico.

En este capítulo se desarrollan los aspectos económicos del país, como por ejemplo, el producto interno bruto, la balanza comercial (importación/exportación), la fluctuación del tipo de cambio, comportamiento de la reserva monetaria, también si al cierre del periodo el país tuvo un superávit o déficit fiscal y el porcentaje de inflación que se estima al empezar el nuevo periodo.

Capítulo VII – Plan Financiero de la Empresa.

Este es el capítulo final del proyecto, en el mismo se desarrollan diecisiete (17) cuadros financieros, que son de: inversión, depreciación, servicio de deuda, RRHH, ingresos, egresos, punto de equilibrio, capital de trabajo, estado de resultado proyectado con financiamiento y sin financiamiento, flujo de caja proyectado con y sin financiamiento, balances proyectados con y sin financiamiento y ratios financieros. Éstos permiten verificar y analizar la viabilidad y rentabilidad para la ejecución del proyecto dentro de los próximos cinco años.