

Ciencias Contables y Administrativas

**Guardería Infantil
MI CASTILLO S.R.L**

Lourdes Ester Delfino González

**Asunción – Paraguay
2017**

ÍNDICE

Introducción	Pág. 7
Resumen Ejecutivo	Pág. 9
Capítulo I	Pág. 10
1.1	Introducción a la idea del proyecto Pág. 10
1.2	Requerimientos Jurídicos Pág. 10
1.2.1	Nombre o razón social Pág. 10
1.2.2	Tipo de Sociedad Pág. 10
1.2.3	Constitución jurídica Pág. 13
1.3	Localización de la empresa u organización Pág. 31
Capítulo II	Investigación de Mercados Pág. 36
Paso 1	Pág. 36
2.1	Objetivo general de investigación Pág. 40
Paso 2	Pág. 41
2.2	Establecer el/los objetivos de la investigación Pág. 41
Paso 3	Pág. 43
2.3	Definir los tipos de investigación a utilizarse Pág. 43
Paso 4	Pág. 45
2.4	Procedimiento de recolección de datos Pág. 45
2.5	Determinación del plan y tamaño de la muestra Pág. 56
2.6	Recolección de datos Pág. 61
2.7	Libro de Códigos Pág. 62
2.8	Análisis de datos Pág. 66
2.9	Conclusiones/Informe Pág. 90
Capítulo III	Plan de Marketing Pág. 91
3.1	Análisis de la Macrosegmentación Pág. 91
3.2	Análisis de la Microsegmentación Pág. 93
3.3	Análisis de la segmentación Pág. 96
3.3.1	Análisis de la Demanda Pág. 100
3.4	Plan de Marketing Pág. 104
3.4.1	Análisis Situacional Pág. 104
3.4.2	Objetivos Pág. 115
3.4.3	Estrategias Pág. 115
3.4.4	Planes de Acción Pág. 115
Capítulo IV	Administración Pág. 121
4.1	Lineamiento estratégico Pág. 121
4.1.1	Declaración de la Visión Pág. 121
4.1.2	Declaración de la Misión Pág. 121
4.1.3	Análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter) Pág. 121
4.1.4	Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff Pág. 125
4.2	Plan de administración: (Dirección Media) Pág. 127
4.2.1	Análisis Situacional – Matriz FODA Pág. 127
4.2.2	Objetivos Pág. 134

4.2.3 Estrategias	Pág. 134
4.2.4 Planes de acción	Pág. 137
4.3 Estructura Organizacional	Pág. 138
4.3.1 Organigrama	Pág. 138
4.3.2 Layout	Pág. 150
4.3.3 Manual de funciones	Pág. 151
4.3.4 Manual de procedimiento	Pág. 163
4.3.5 Fluxogramas	Pág. 167
4.3.6 Recursos humanos	Pág. 170
4.4 Análisis de estructura de costos	Pág. 171
4.5 Plan de cuentas	Pág. 173
Capítulo V Aspecto Económico	Pág. 179
5.1 Aspecto Económico	Pág. 179
Capítulo VI Plan Financiero de la empresa	Pág. 185
Cuadro de inversiones	Pág. 185
Cuadro de cronograma de Inversiones	Pág. 190
Cuadro de Depreciación	Pág. 191
Cuadro de Servicio de la Deuda	Pág. 192
Cuadro de RRHH	Pág. 193
Cuadro de cronograma de producción	Pág. 194
Cuadro de Ingresos	Pág. 195
Cuadro de Costos Totales	Pág. 196
Cuadro de punto de equilibrio	Pág. 197
Cuadro de cálculo de Capital de Trabajo	Pág. 198
Cuadro de Estado de Resultado Proyectado con y sin financiamiento	Pág. 199
Cuadro de Flujo de Caja Proyectado con y sin financiamiento	Pág. 201
Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectado con y sin financiamiento	Pág. 203
Cuadro de Balances Proyectado con y sin financiamiento	Pág. 205
Ratios Financieros	Pág. 207
Resumen Indicadores Financieros	Pág. 209
Conclusión	Pág. 212
Conclusión Final	Pág. 214
Anexos	Pág. 216
Anexo I Escritura de Constitución	Pág. 216
Anexo – II Solicitud De Apertura MEC	Pág. 222
Anexo – III Formulario De Habilitación MEC	Pág. 224
Bibliografía	Pág. 239

RESUMEN

El plan de negocio de Mi Castillo S.R.L consiste en invertir en una guardería infantil que ofrezca un servicio a padres con hijos menores de 4 años para el cuidado de los mismos durante el horario laboral, durante todo el año, que cuente con una educación acorde a la edad de cada niño y que además ofrezca a un sistema de seguridad por medio de circuito cerrado del que podrán acceder desde cualquier dispositivo, proporcionando tranquilidad.

El proyecto además de cumplir con todos los requisitos legales para su funcionamiento, contará con el reconocimiento del Ministerio de Educación y Ciencias, con este reconocimiento queda exonerado del Impuesto al Valor Agregado.

De acuerdo con los estudios de mercado se ha observado que cuenta con una demanda y un elemento diferenciador, que es el sistema de seguridad, con esta viabilidad comercial se estima el 8.96% de ventas sobre la demanda global, para llegar a esta proyección el proyecto ha establecido objetivos concretos para el plan de marketing por medio de publicidad y promoción, invirtiendo el 10% del pronóstico de ventas del primer año.

Para la puesta en marcha se requerirá una inversión inicial total de Gs. 550.000.000 donde se prevé una inversión de Aporte Propio de un 70% y un 30% de Aporte Banco.

Para la evaluación financiera se ha analizado con proyección de ventas de 5 años con una inversión con financiamiento, donde arroja una TIR del 51.4% y un VAN positivo respaldando la rentabilidad del proyecto.

El retorno de la inversión realizada de acuerdo al análisis de indicadores financieros nos muestra desde el primer año un beneficio del 5% alcanzando en el quinto año un retorno del 72% sobre la inversión realizada.

Con base a todos los análisis expuestos se considera un plan de negocio que ofrece una rentabilidad comercial y financiera.