

Ingeniería Comercial

TREND!

**Plan de negocios para una empresa dedicada a la venta de
ropa femenina de forma virtual mediante una aplicación**

Alumnas:

**María Belén Fernández Torres
Georgina Judith Villanueva Giménez**

**Asunción – Paraguay
2021**

ÍNDICE

DEDICATORIAS	4
AGRADECIMIENTOS	5
ÍNDICE	6
INTRODUCCIÓN	19
RESUMEN EJECUTIVO	20
CAPÍTULO I - CONCEPTO DEL NEGOCIO	21
Descripción de la Empresa	21
Misión	22
Visión	22
Valores	23
Objetivo General	24
Objetivos Específicos	24
Localización	25
Macro Localización	25
Micro Localización	26
Método de los Factores Ponderados	27
Ventaja Competitiva	29
CAPÍTULO II - ASPECTOS JURÍDICOS	30
Proceso de Apertura del Negocio	33
Escritura de constitución	33
Inscripción en el Registro Público de Comercio	34
Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones	36
Matrícula de comerciante	36
Rubrica de libros contables	37
Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (R.U.C.)	38
Registro Administrativo de Personas y Estructuras Jurídicas	39
El Registro Administrativo de Beneficiarios Finales	39
Apertura en la Municipalidad de Lambaré	41
Inscripción Patronal – Instituto de Previsión Social (IPS)	43
Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS)	44
Dirección de Propiedad Intelectual (Registro de Marcas)	45
Leyes que afectan al Proyecto	46
Plan Fiscal	47
Resumen de Gastos Jurídicos	48
CAPÍTULO III - ASPECTOS ECONÓMICOS	49
Macroeconomía	49
Tasa de Desempleo	49
Producto Interno Bruto (PIB)	50
Fluctuación del Tipo de Cambio	52
Inflación	53
Variación del Salario Mínimo	54
Microeconomía	55

Elasticidad de la Oferta	55
Elasticidad de la Demanda	56
CAPÍTULO IV - ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	57
Estructura Organizativa	57
Organigrama de la empresa Trend! S.R.L.	61
Modelo de Mintzberg	62
Estrategias de Recursos Humanos	66
Manual de Funciones	68
Manual de Procedimientos	77
Fluxograma	80
Layout	84
CAPÍTULO V – ANÁLISIS DE MERCADO	90
Investigación de Mercado	90
Necesidad de la Información	90
Proceso de Investigación de Mercados	90
Definición del Problema	91
Objetivos y Requerimientos	91
Diseño de la Investigación y Fuente de Datos	94
Procedimiento de elaboración del instrumento de recolección	97
Diseño de la muestra	109
Codificación y Tabulación	115
Análisis de Datos	118
Informe Final	136
Valorización del costo	136
Principales Competidores	137
Análisis de la estructura competitiva del sector según Michael Porter	138
CAPÍTULO VI – PLAN DE MARKETING	143
Plan de marketing	143
Marketing Estratégico	147
Evaluación de la Estrategia de la Matriz de Ansoff	147
Las estrategias según Michael Porter	149
Marketing Operativo	151
Producto/Servicio	151
Precio	151
Plaza	153
Promoción	153
Personas	154
Procesos	155
Evidencia Física/Presentación	156
CAPÍTULO VII - ASPECTOS OPERACIONALES	158
Compra de materia prima o insumos	158
Proceso de producción	160
Actividad de colocación de la producción en el mercado (comercialización).	165
CAPÍTULO VIII – RESPONSABILIDAD SOCIAL	166
Responsabilidad social interna	166

Responsabilidad social externa	168
Impacto ambiental	169
Impacto socioeconómico	170
Impacto cultural	172
Aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto	172
CAPÍTULO IX – PLAN DE EXPANSIÓN	174
Estrategias de expansión de mercado	175
Penetración de mercado	175
Desarrollo de producto	175
Desarrollo de mercado	176
Diversificación	176
CAPÍTULO X – ASPECTOS FINANCIEROS	182
Cuadro 1 – Inversión y Financiamiento	182
Activos Fijos	183
Cuadro 2 – Cronograma de Inversión y Financiamiento	184
Cuadro 3 - Servicio de la deuda	185
Cuadro 5 - Capital de Trabajo Requerido	187
Cuadro 6 – Costos del Proyecto I	188
Cuadro 6-I – Costos del Proyecto II	189
Mano de Obra	190
Cuadro 7 – Estado de Resultado Proyectado	191
Cuadro 8 - Calculo de la rentabilidad del proyecto con financiamiento	192
Cuadro 8 – Calculo de la rentabilidad del proyecto sin financiamiento	193
Cuadro 9 – Calculo de depreciaciones y amortizaciones	194
Cuadro 10 – Fuentes y usos de fondos	195
Cuadro 11 – Punto de Equilibrio	196
Cuadro 12 – Balances Proyectados	197
CONCLUSIÓN	198
BIBLIOGRAFIA	199
ANEXOS	201

RESUMEN

El plan de negocios consistirá en la creación una empresa enfocada a la venta de prendas de vestir femeninas, la misma no contará con una tienda física es por ello que todas las compras se realizarán de forma online, por medio de la implementación de una aplicación que contará con un probador virtual, el cual será de suma utilidad para los usuarios al momento de escoger las prendas más adecuadas a su estilo.

En la tienda online los clientes podrán visualizar, variados modelos de prendas así también la aplicación arrojará sugerencias de acuerdo al registro de compras, para así brindar una nueva experiencia con diversos tipos de prendas enfocadas en la moda femenina actual, entre ellas podremos encontrar faldas, blusas, vestidos, entre otros, este proyecto tiene como objetivo la creación de un negocio rentable, dinámico y sostenible en el tiempo, teniendo en cuenta la innovación constante en nuestro mercado.

La aplicación estará disponible en la App Store y Play Store, los probadores virtuales serán de gran utilidad para los clientes, ya que no tienen la necesidad de ir a una tienda física para ver cómo se verá en ella la prenda. El modelo 3D del usuario se muestra en el probador virtual, Puede elegir la ropa que quiera y se le dice que agregue la talla.