

Ingeniería Comercial

“CARDED PY S.R.L.”

Alumnos:

**José Fabián Cárdenas Romero
Adilson Mathias Cuenca Edwards**

**SAN LORENZO – PARAGUAY
2019**

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| Agradecimiento | 3 |
| Dedicatoria..... | 4 |
| Introducción..... | 18 |
| Justificación | 19 |
| 1. CAPITULO I – ASPECTO JURIDICO | 20 |
| 1.1. Introducción al Capítulo Jurídico | 21 |
| 1.2. Requerimiento Jurídico y Orientación para la Apertura de la Empresa..... | 21 |
| 1.3. Constitución Jurídica..... | 22 |
| 1.4. Requisitos Particulares para Apertura | 22 |
| 1.4.1 Requisitos para la Habilitación y Registro de Establecimientos de Peluquería – salones de Peinados – Formularios | 24 |
| 1.4.2. Requisitos Físicos:..... | 26 |
| 1.4.3 Requisitos para ejercer la profesión de peluquero y peinador..... | 27 |
| 1.4.4 Inscripciones en el Registro Público de Comercio..... | 30 |
| 1.4.5 Dirección de Propiedad Intelectual (Registro de Marcas)..... | 30 |
| 1.4.6. Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (R.U.C.).... | 32 |
| 1.4.7. Rúbrica de Libros Contables. | 33 |
| 1.4.8 Apertura en la Municipalidad Involucrada (Patentes)..... | 33 |
| 1.4.9. Matrícula de comerciante | 34 |
| 1.4.10. Instituto de Previsión Social (I.P.S.) | 35 |
| 1.4.11. Ministerio de Justicia y Trabajo | 36 |
| 1.5. Costos de Registros de Empresas | 36 |
| 1.6. Presupuesto Jurídico Inicial..... | 38 |
| 2. CAPITULO II - INVESTIGACION DE MERCADOS..... | 39 |
| 2.1 Introducción investigación de mercado..... | 40 |
| 2.2 Investigación de mercado | 40 |
| 2.3. Objetivo General | 41 |
| 2.4. Objetivos y requerimientos de la investigación: | 41 |
| 2.4.1. Objetivos socios demográficos..... | 41 |
| 2.4.2. Objetivo Cognitivo | 42 |
| 2.4.3. Objetivo afectivo | 42 |
| 2.4.4. Objetivo Comportamental | 43 |
| 2.5. Diseño de Investigación y Fuente de Datos. | 45 |
| 2.5.1 Investigación Exploratoria..... | 45 |
| 2.5.2. Investigación Concluyente | 47 |
| 2.6 Procesamiento de recolección de datos. | 48 |
| 2.6.1 Diseño del cuestionario | 60 |
| 2.7. Diseño de la Muestra..... | 66 |
| 2.7.1 Definir la población..... | 67 |
| 2.7.2 Identificar el marco maestral..... | 67 |
| 2.7.3 Seleccionar la técnica de muestreo..... | 71 |
| 2.7.4 Determinación del tamaño de la muestra | 72 |
| 2.8 Procesamiento de datos | 73 |
| 2.9 Resultado de la investigación | 95 |

| | |
|--|-----|
| 2.10. Presupuesto de investigación de mercado | 96 |
| 3.0. CAPÍTULO III - PLAN DE MARKETING | 97 |
| 3.1. Introducción Plan de Marketing | 98 |
| 3.2 Análisis de la Macro segmentación..... | 98 |
| 3.3 Análisis de la Micro segmentación | 101 |
| 3.3.1. Mercado Objetivo..... | 113 |
| 3.4. Análisis de la Demanda..... | 113 |
| 3.4.1. Demanda Global..... | 114 |
| 3.4.2. Mercado Potencial Absoluto | 118 |
| 3.4.3. Cuota Mercado (cálculo)..... | 120 |
| 3.5. Modelo del Ciclo de Vida del Producto | 122 |
| 3.6 Grafico de demanda global..... | 125 |
| 3.7. Proyección de ventas | 126 |
| 3.8. Análisis Situacional – FODA Marketing | 126 |
| 3.8.1 Análisis Interno | 126 |
| 3.8.2 Análisis Externo | 127 |
| 3.9. Variables Controlables | 127 |
| 3.9.1. Fortaleza | 127 |
| 3.9.2. Debilidades | 127 |
| 3.10. Evaluación de las siete P del Marketing Mix..... | 127 |
| 3.10.1 Producto..... | 128 |
| 3.10.2 Precio..... | 128 |
| 3.10.3 Promoción | 129 |
| 3.10.4 Plaza | 130 |
| 3.10.5 Personal | 130 |
| 3.10.6 Proceso | 131 |
| 3.10.7 Evidencia física | 132 |
| 3.11 Evaluación de Factores Externos | 132 |
| 3.11.1. Variables No Controlables | 132 |
| 3.12 Evaluación de Factores Externos | 133 |
| 3.12.1 Mercado..... | 133 |
| 3.12.2 Consumidor | 134 |
| 3.12.3 Competencia..... | 134 |
| 3.12.4 Entorno | 135 |
| 3.13 Cuadro de Interacción | 138 |
| 3.14 Matriz FODA Marketing..... | 140 |
| 3.15. Puntos básicos para la elaboración de los objetivos del Plan de Marketing | 147 |
| 3.16 Objetivos de Marketing..... | 147 |
| 3.17. Identidad Corporativa..... | 153 |
| 3.17.1. Isotipo..... | 153 |
| 3.17.2. Manual de la Marca Corporativa de “CARDED PY S.A.”..... | 154 |
| 3.17.3. Logotipo | 159 |
| 4. Capitulo IV – Administrativo..... | 161 |
| 4.1. Introducción del capítulo administrativo..... | 162 |
| 4.2. Descripción de la empresa..... | 162 |
| 4.3. Lineamiento estratégico | 162 |

| | | |
|---------|---|-----|
| 4.3.1 | Lineamiento estratégico | 163 |
| 4.4 | Localización | 164 |
| 4.4.1 | Análisis para la localización..... | 164 |
| 4.4.2 | Método de factores ponderados..... | 165 |
| 4.5. | Análisis de la estructura competitiva..... | 166 |
| 4.5.1 | Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter | 166 |
| 4.6 | Matriz de Ansoff, estrategias de crecimiento..... | 171 |
| 4.6.1 | Estrategias seleccionada: Penetración de mercados..... | 173 |
| 4.7 | Análisis situacional – Matriz FODA Administrativo..... | 174 |
| 4.7.1. | Variables controlables | 174 |
| 4.7.2. | Variables no controlables | 177 |
| 4.8. | Listado plano | 180 |
| 4.9. | Cuadro de interacción para la Matriz FODA | 181 |
| 4.10. | Matriz FODA Administración..... | 183 |
| 4.10.1 | Objetivos de Administración:..... | 185 |
| 4.11. | Organigrama..... | 188 |
| 4.11.1. | Representación gráfica de la estructura de ‘‘Carded PY SRL’’ | 189 |
| 4.12. | Organigrama Funcional | 190 |
| 4.13. | Estructura de Mintzberg | 191 |
| 4.13.1 | Representación Gráfica de la Estructura de Mintzberg..... | 193 |
| 4.14. | Estructura organizacional | 196 |
| 4.15. | Estructura organizacional simple | 196 |
| 4.16. | Manual de Funciones..... | 197 |
| 4.17. | Manual de Procedimientos | 208 |
| 4.18. | Fluxograma..... | 214 |
| 4.19. | Recursos Humanos | 220 |
| 4.19.1. | Mano de obra..... | 220 |
| 4.19.2. | Reglamentos y Normas Internas ‘‘Carded Py SRL’’ | 222 |
| 4.20. | Layout..... | 224 |
| 4.20.1. | Layout Carded Py S.R.L..... | 225 |
| 4.20.2 | Local Propio | 228 |
| 4.20.3. | Infraestructura..... | 229 |
| 4.20.4 | Remodelaciones..... | 229 |
| 4.21. | Adquisición de Activos | 230 |
| 4.21.1. | Tabla de Adquisición de Activos | 230 |
| 4.22. | Plan de cuentas contable..... | 231 |
| 4.23. | Impuesto que gravan | 237 |
| 4.23.1. | Los impuestos que rigen en el país y que administra la Subsecretaría de Estado de Tributación son | 238 |
| 4.23.2. | Autoridades | 238 |
| 4.23.3. | Impuesto a la renta de actividades comerciales, industriales y de servicios (IRACIS) | 239 |
| 4.23.4 | Impuesto al valor agregado. (IVA)..... | 242 |
| 4.24. | Servicios que ofrece ‘‘Carded PY SRL’’ | 244 |
| 4.24.1. | Costos de los servicios | 245 |
| 4.24.2. | Margen de contribución..... | 246 |
| 4.24.3. | Ilustraciones de los servicios..... | 247 |

| | | |
|---------|--|-----|
| 5. | CAPÍTULO V - ECONÓMICO | 251 |
| 5.1. | Introducción Capítulo Económico..... | 252 |
| 5.2. | La Inflación | 252 |
| 5.3. | Fluctuación del Tipo de Cambio | 253 |
| 5.4. | Producto Interno Bruto (PIB) | 256 |
| 5.5. | Balanza Comercial (Importación/Exportaciones) | 257 |
| 5.6. | Comportamiento de la Reserva Monetaria | 259 |
| 5.7. | Superávit o Déficit Fiscal | 260 |
| 5.8. | Salario Mínimo..... | 261 |
| 5.9. | Tasa de Desempleo..... | 262 |
| 5.10. | Conclusión..... | 265 |
| 6. | CAPITULO VI – PLAN FINANCIERO | 266 |
| 6.1 | Introducción al capítulo financiero..... | 267 |
| 6.2. | Plan Financiero..... | 267 |
| 6.3. | Información Relevante Plan Financiero | 268 |
| 6.3.1. | Inversiones..... | 268 |
| 6.3.2. | Cronograma de Inversión y Financiamiento | 268 |
| 6.3.3. | Depreciaciones y Amortizaciones | 269 |
| 6.3.4. | Servicio de Deuda | 269 |
| 6.3.5. | Mano de Obra..... | 270 |
| 6.3.6. | Cronograma de Producción y Ventas | 270 |
| 6.3.7. | Ingresos por ventas | 271 |
| 6.3.8. | Costos Totales | 271 |
| 6.3.9. | Punto de Equilibrio..... | 274 |
| 6.3.10. | Capital de Trabajo | 274 |
| 6.3.11. | Estados de Resultados | 275 |
| 6.3.12. | Flujos de Caja Proyectados | 275 |
| 6.3.13. | Balances Proyectados | 278 |
| 6.3.14. | Indicadores Financieros..... | 279 |
| 6.4 | CUADROS FINANCIEROS | 280 |
| 6.4.1 | Cuadro 1 – Inversiones..... | 281 |
| 6.4.2 | Cuadro 2 - Cronograma de inversión y financiamiento | 284 |
| 6.4.3 | Cuadro 3 – Depreciaciones y amortizaciones | 285 |
| 6.4.4 | Cuadro 4 - Servicios de deuda a largo plazo y corto plazo | 286 |
| 6.4.5 | Cuadro 5 Mano de obra | 288 |
| 6.4.6 | Cuadro 6 - Cronograma de producción y ventas | 290 |
| 6.4.7 | Cuadro 7 - Ingresos por ventas..... | 293 |
| 6.4.8 | Cuadro 8 - Costos totales..... | 294 |
| 6.4.9 | Cuadro 9 - Punto de equilibrio | 295 |
| 6.4.10 | Cuadro 10 - Capital de trabajo | 296 |
| 6.4.11 | Cuadro 11 - Estado de resultados proyecto con financiamiento | 297 |
| 6.4.12 | Cuadro 12 - Estado de resultados sin financiamiento | 298 |
| 6.4.13 | Cuadro 13 - Flujos de caja proyecto con financiamiento | 299 |
| 6.4.14 | Cuadro 14 - Flujo de caja sin financiamiento..... | 300 |
| 6.4.15 | Cuadro 15 - Origen y aplicación de fondos con financiamiento..... | 301 |
| 6.4.16 | Cuadro 16 - Origen y aplicación de fondos sin financiamiento | 302 |

| | | |
|--------|---|-----|
| 6.4.17 | Cuadro 17 - Balances proyectados con financiamiento | 303 |
| 6.4.18 | Cuadro 18 - Balances proyectados sin financiamiento | 304 |
| 6.4.19 | Cuadro 19 - Indicadores Financieros..... | 305 |
| | Conclusión..... | 306 |
| | Anexo | 308 |
| | Bibliografía..... | 323 |

INTRODUCCIÓN

En el proyecto se profundiza todos los estudios relacionados con la factibilidad de la puesta en marcha de CARDED PY S.R.L., una empresa relacionada a la prestación de servicios de Barbería/Tatuajes. Hoy en día los servicios de peluquería, barbería y tatuajes están teniendo una aceptación muy positiva por la sociedad, en especial por personas de sexo masculino, que buscan cuidar su rostro, su cabello, barba, entre otros. Y por consiguiente elaborarse diseños definitivos en partes del cuerpo. Antes, los hombres solo asistían a estos lugares con el fin de cortarse el pelo, pero en el presente se puede decir que van dejando las clásicas "peluquerías" por otros sitios más completos donde ya se ofrecen servicios como tratamientos faciales y capilares.

El propósito esencial de la creación de CARDED PY es presentar una propuesta de carácter innovador que pueda brindar experiencias agradables respecto a la temática y los servicios ofrecidos.

Se tendrá a disponibilidad, distintos tipos de estudios y procesos que fueron puliéndose hasta lograr con el objetivo del desarrollo de CARDED PY.

Las estrategias, métodos y adaptaciones a las que se incurrieron en el proceso.

Se debe mencionar también, que cada uno de estos procesos desarrollados formó parte del aprendizaje de los años de estudio de la carrera. No solo será útil para la motivación de aquellas personas emprendedoras, sino también a aquellas que estén realizando algún tipo de proyecto estudiantil.

En los capítulos se apreciarán pensamientos e ideas personales apoyados por conceptos de personas ilustres e informaciones relevantes recabadas de páginas de internet. En el capítulo final, se observarán los cuadros de desarrollo financiero. Que son en pocas palabras; la deducción en números de la factibilidad de este trabajo.